



Grad Pag

institutzaturizam 

# **STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA**

**GRADA PAGA ZA RAZDOBLJE OD 2016. DO 2020. GODINE**

Prijedlog

<b>Projekt:</b>	STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA GRADA PAGA ZA RAZDOBLJE OD 2016. DO 2020. GODINE
<b>Naručitelj:</b>	Grad Pag
<b>Izvršitelj:</b>	Institut za turizam, Zagreb, Vrhovec 5
<b>Voditelj projekta:</b>	mr. sc. Neda Telišman-Košuta
<b>Autori:</b>	mr. sc. Neda Telišman-Košuta dr. sc. Neven Ivandić dr.sc. Izidora Marković
<b>Dokument:</b>	Prijedlog za javnu raspravu

# Sadržaj

<b>1.</b> Ciljevi i pristup projektu.....	5
<b>2.</b> Analiza internog okruženja .....	7
2.1. Opći podaci.....	7
2.2. Turistička atrakcijska osnova.....	14
2.3. Gospodarstvo .....	20
2.4. Institucionalni okvir .....	22
2.5. Novi projekti u funkciji razvoja turizma.....	27
2.6. Turistička suprastruktura.....	28
2.7. Performanse turističkog sektora .....	30
2.7. Turistička promocija i informacije .....	33
<b>3.</b> Analiza tržišta .....	36
3.1. Kvantitativni trendovi i prognoze .....	36
3.2. Kvalitativni trendovi .....	36
3.3. Ključna obilježja potrošačkih segmenata i turističkih proizvoda od značaja za Grad Pag.....	37
3.4. Benchmark analiza.....	39
3.5. Konkurentska pozicija.....	44
<b>4.</b> SWOT analiza .....	48
<b>5.</b> Vizija i ciljevi turističkog razvoja .....	52
5.1. Područja strateškog djelovanja .....	52
5.2. Načela razvoja turizma .....	52
5.3. Vizija turističkog razvoja .....	54
5.4. Ciljevi turističkog razvoja .....	57
<b>6.</b> Koncepcija razvoja turizma.....	60
6.1. Brend koncept i željeni imidž.....	60
6.2. Proizvodna koncepcija.....	61
6.3. Prostorna koncepcija.....	68
<b>7.</b> Akcijski plan .....	75
Program 1: Muzej paške čipke .....	77
Program 2: Magazini soli .....	78
Program 3: Interpretacijski centar paške soli.....	79
Program 4: Interpretacijski centar paške ovce i sira .....	80
Program 5: Uređenje Starog grada Paga.....	81
Program 6: Paški festival hrane i vina.....	82
Program 7: Sustav turističko-informativnih centara .....	83
Program 8: Sustav turističke signalizacije i interpretacije.....	84

Program 9: Uređenje plaža.....	85
Program 10: Mreža uzmorskih šetnica–lungo mare .....	86
Program 11: Sustav pješačkih i cikloturističkih staza .....	87
Program 12: Vidikovci.....	88
Program 13: Razvoj hotelske ponude.....	89
Program 14: Unapređenje kvalitete obiteljskog smještaja i razvoj ruralnog turizma.....	90
Program 15: Jačanje eno-gastronomske ponude.....	91
Program 16: Paški dućan – domaći proizvodi .....	92
Program 17: Sport i rekreacija: nove sportske manifestacije i sportski sadržaji.....	93
Program 18: Razvoj zdravstveno-turističkih sadržaja.....	94
Program 19: Koncept namjene i uređenja kule Skrivanat.....	95
Program 20: Turistifikacija lokaliteta Ornitološki rezervat Malo i Velo blato .....	96
Program 21: Turistifikacija lokaliteta Dubrava-Hanzine.....	97
Program 22: Turističko posredovanje .....	98
Program 23: Vizualni identitet Grada Paga .....	99
Program 24: Turistički tiskani promocijski materijali .....	100
Program 25: Web stranice TZ Grada Paga.....	101
Program 26: Sustav cjeloživotnog obrazovanja .....	102
Program 27: Interni marketing.....	103
Program 28: Okolišno odgovorno ponašanje.....	104
Program 29: Aktiviranje zapuštenih hotelskih objekata .....	105
Program 30: Razrada detaljnijih planova za najvažnije turističke zone .....	106

# 1. Ciljevi i pristup projektu

Dokument **Strateški plan razvoja turizma grada Paga za razdoblje od 2016. do 2020. godine** pruža integrirani strateški okvir djelovanja različitih institucija javnog sektora, gospodarskih subjekata te drugih dionika Grada uključenih u razvoj turizma. Težeći povećanju kvalitete življenja lokalnog stanovništva, očuvanju prirodne i kulturne baštine te rastu konkurentne sposobnosti turizma grada Paga, ciljevi Strateškog plana razvoja su:

- Uspostavljanje jasnog razvojnog koncepta turizma te usuglašavanje kratkoročnog, srednjoročnog i dugoročnog koncepta razvoja turizma Grada
- Definiranje razvojnih prioriteta, njihovih nositelja i mogućih izvora financiranja
- Određivanje ključnih odrednica za uspješno, dugoročno održivo, tržišno pozicioniranje Grada na turističkom tržištu
- Pružanje strateškog okvira za privlačenje potencijalnih investitora, prepoznavanje razvojnih projekata/programa u domeni privatnog i javnog sektora te povećanje apsorpcijske moći EU fondova/programa.

Slika 1.1. Struktura dokumenta



Izvor: Institut za turizam

Polazeći od postavljenih ciljeva te slijedeći uobičajenu međunarodnu metodologiju izrade strateških razvojnih dokumenata za turističke destinacije, Strateški plan razvoj je strukturiran tako da obuhvati tri osnovne tematske cjeline:

- **Analizu internog i eksternog okruženja** kako bi se odgovorilo na pitanje gdje je turizam grada Paga danas

- **Viziju, ciljeve i koncepciju razvoja** kojom se polazeći od načela održivosti razvoja te racionalnog korištenja turističke resursno-atraktivne traži odgovor na pitanje kamo grad Pag u razvoju turizma želi i treba doći te

- **Implementacijske aktivnosti** koja pruža platformu za usuglašavanje stavova javnog i privatnog sektora oko potrebnih i realno mogućih provedbenih aktivnosti usmjerenih na stvaranje inovativne i globalno konkurentne turističke ponude Grada.

Drugim riječima, imajući u vidu značajke turizma i resursno-atraktivne osnove Grada te sagledavajući razvojne mogućnosti koje proizlaze iz tržišnih trendova, analiza okruženja omogućuje postavljanje vizije, atributa konkurentnog turističkog brand-koncepta i ciljeva. Postavljeni razvojni okvir

razrađuje dodatno se razrađuje u proizvodnoj i prostornoj koncepciji koja je potom temelj za definiranje strategija i aktivnosti operacionalizacije koncepcije razvoja u domeni javnog i privatnog

sektora u razdoblju do 2020. godine. Detaljnija struktura Strateškog plana razvoja prikazana je na slici 1.1.

Pristup Instituta za turizam izradi Strateškog plana razvoja polazi od načela otvorenosti, multidisciplinarnosti te uključenosti razvojnih dionika, osiguravajući pri tome:

#### ***Fazni pristup***

Strateškog plana razvoja se izvedu u tri međusobno povezane faze koje odgovaraju na pitanja gdje smo danas, kamo želimo ići i kako doći do željenog cilja. Sukladno tome, dokument se dijeli u tri glavne tematske cjeline: 1) Situacijsku i tržišnu analizu, 2) Strateški okvir razvoja turizma grada Paga do 2020. godine te 3) Akcijski plan. Svaka od faza verificira se od strane.

#### ***Obilazak terena***

Članovi ekspertnog tima Instituta za turizam višekratno su boravili na prostoru Županije kako bi se upoznali s ključnim odrednicama projektnog područja. U sklopu obilaska posebna pozornost posvećena je razvojnim ograničenjima, sagledavanju obilježja turističke resursno-atraksijske osnove pojedinih dijelova/turističkih zona Grada te ocjeni turističke infra- i suprastrukture.

#### ***Primarna istraživanja: intervjui i anketa dionika***

Izvođenje projekta podrazumijevalo je i provođenje individualnih intervjua s ključnim dionicima turističkog razvoja Grada kako bi se prikupile informacije i stavovi o problemima, izazovima i perspektivama turističkog razvoja Grada, kao i provedbu ankete dionika na temu konkurentske pozicije Grada.

#### ***Strateške radionice s lokalnim dionicima***

Rad na projektu zahtijevao je provođenje strateških radionica s predstavnicima relevantnih interesnih skupina i dionicima turističkog razvoja Grada kako bi se osigurala transparentnost rada, sudjelovanje dionika u osmišljavanju pojedinih faza projekta i njihova verifikacija. Sukladno metodološkom okviru za realizaciju Strateškog plana razvoja, provedene su dvije strateške radionice s dionicima posvećene sljedećim temama:

- Jake i slabe strane te prilike i prijetnje turističkog razvoja grada Paga (SWOT) te vizija i ciljevi te koncepcija razvoja turizma grada Paga
- Akcijski plan realizacije postavljene vizije, ciljeva i koncepcije razvoja turizma Grada.

#### ***Kabinetsko (desk) istraživanje***

Izrada Strateškog plana razvoja uključila je i provedbu niza kabinetskih (desk) istraživanja zasnovanih na većem broju različitih sekundarnih izvora informacija, uključujući stručnu literaturu, statističke izvore podataka i internetske portale. Desk istraživanja posebno su usmjerena na turističko-resursnu osnovu, turističku ponudu i performanse Grada te trendove na turističkom tržištu.

## 2. Analiza internog okruženja

### 2.1. Opći podaci

#### *Otok Pag*

Otok Pag najveći je sjevernodalmatinski otok (peti po veličini otok u Jadranskom moru – 284 km<sup>2</sup>), ali je duljinom obale od 302,47 km najrazvedeniji otok Jadrana (koeficijent razvedenosti 4,5)<sup>1</sup>. Uz to, otok Pag je jedini hrvatski otok koji je podijeljen između dvije županije. Sjeverni dio otoka (Grad Novalja) nalazi se u Ličko-senjskoj, a južni (Grad Pag, Općina Kolan i Općina Poveljana) u Zadarskoj županiji. Pruža se u pravcu NW-SE u duljini od 58,25 km. Otok Pag se nalazi između Velebitskog kanala i Kvarnerića, između otoka Raba, Oliba i Vira, u neposrednoj blizini kopna.

Paški zaljev dijeli se na Novaljsko-casku i Paško-dinjišku udolinu, a zapadno se nalaze Kolansko-vlašićka i Poveljanska udolina. Najviši otočki vrh je Sv. Vid visok 348 m, slijede ga vrh Kršina sa 263 m te vrh Komorovac 199 m. Posebnost i zanimljivost otoka Paga su i brojni izvori pitke vode, a brojne su i vrulje u moru. Voda uglavnom na otok stiže ispod morskog dna s velebitskih padina. Na otoku se nalaze i tri slatkovodna močvarna jezera; Veliko i Malo blato te Kolansko blato. Iako se klimatske prilike na otoku ubrajaju u mediteranske, blizina Velebita čini svoje pa tako znatno utječe na biljni pokrov otoka tako je istočni dio otoka zbog jakih udara bure i jake posolice sasvim ogoljen.

Prostorno-funkcionalna dvojnost te prirodno-geografska raznolikost otoka Paga posljedica je međudjelovanja ključnih prirodnih čimbenika i društvenogospodarskog razvitka u dva različita regionalna (administrativna) okvira: u paškoj i rapskoj komuni. Kontaktni geografski položaj otoka na razmeđu Kvarnera i Dalmacije utjecao je i na osnovne smjernice historijsko-geografskog razvitka<sup>2</sup>. Na oblikovanje krajolika značajno je utjecala prirodno-geografska osnova prostora, ponajprije krški reljef modeliran u karbonatnim stijenama te bura, prevladavajući vjetar koji je utjecao na razvoj biljnog pokrova, ali i tijekom svakodnevnih društveno-gospodarskih aktivnosti otočana.

Prema V. Rogiću (1972.) na otoku se mogu izdvojiti četiri reljefne cjeline koje ujedno predstavljaju i prirodno-geografske zone: a) Unutrašnji niz vapnenačkih zaravni Zaglava Barbat-Gorica ima složenu i nepristupačnu konfiguraciju terena te značajke vapnenačkog bila; b) Središnja ili novaljsko-paška flišna udolina, koja je u predpleistocenskom razdoblju bila povezana s podvelebitskom udolinom, odnosno današnjim podvelebitskim kanalom. Pozitivnim glacioeustatičkim gibanjima u postpleistocenu središnji dio Paške udoline postao je Paški zaljev, koji razdvaja dva dijela flišne udoline: novaljsko-casku na sjeverozapadu i paškodinjišku na jugu; c) Vanjski niz vapnenačkih zaravni Novalja – Košljun s kolanskom udolinom genetski odgovara unutrašnjem nizu; d) Krajnji jugozapadni dio otoka čini dvostruko raščlanjena zona poveljanske i vlašićke udoline rastavljene vapnenačkim bilima. Opće morfološke značajke definirane su morfografskim i morfometrijskim obilježjima reljefa. U morfološkom smislu otok Pag nastavak je morfostrukture Ravnih kotara, a reljefna struktura ističe se izmjenom i paralelizmom pravilnih nizova vapnenačkih hrptova i zaravni.

<sup>1</sup> Duplančić Leder, T.; Ujević, T.; Čala, M. (2004): Duljine obalne crte i površine otoka na hrvatskom dijelu Jadranskog mora određene s topografskih karata mjerila 1:25 000, *Geoadria*, 9 (1), 5-32.

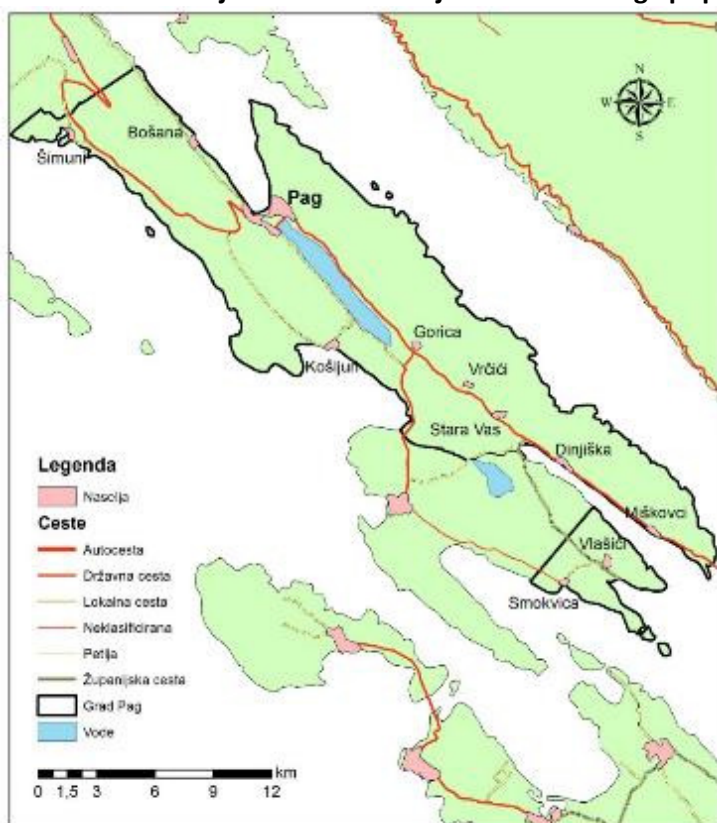
<sup>2</sup> Faričić, J. (2003) Otok Pag na starim kartografskim prikazima, *Geoadria* 8/1, 47-126.

Prema hidrogeološkoj regionalizaciji (MAGDALENIĆ, 1984.) Pag pripada jadranskom pojasu, koji obiluje znatnim brojem obalnih slatkih, slanih ili bočatih, pretežito periodičnih izvora i vrulja. Znatno je i broj izvora pitke vode i bunara koji se javljaju na dodiru vapnenaca i nepropusnih lapora. Stalnih površinskih tokova nema, no periodično se javljaju povremeni tokovi uvjetovani intenzivnim oborinama koje najčešće otječu u more. Među vanjskim čimbenicima pri oblikovanju reljefa veliko značenje imaju i klimatske značajke. Otok Pag ima umjereno toplu vlažnu klimu s vrućim ljetom (Cfa). Značajnu ulogu pri modificiranju klime imaju termički utjecaj mora te prodori hladnoga zračnog strujanja (bure) iz smjera Velebita. Treba istaknuti da je za razdoblje 1981.-2000. srednji broj dana s jakim vjetrom 23,5, a s olujnim 3,5, s najvećim brojem dana u zimskom periodu (prosinac-ožujak). Srednja godišnja količina padalina u Pagu za razdoblje od 1981. do 2000. g. iznosi 977,5 mm, a srednja godišnja temperatura 15,5 °C (DHMZ). U siječnju temperaturni prosjek je oko 7°C (6,9°C) dok se u srpnju penje na 24,7°C.

## Grad Pag

Administrativna jedinica grada Paga obuhvaća mjesta Pag, Miškovići, Dinjiška, Vlašići, Smokvica, Stara Vas, Vrčići, Gorica, Košljun, Šimuni, Dubrava, Sveti Marko i Sveta Marija. Središnje mjesto administrativne jedinice Grada Paga je mjesto Pag u kojem se nalazi sjedište Gradskog vijeća i Gradskog poglavarstva. Paške vale.

**Slika 2.1.1. Položaj Administrativne jedinice Grad Pag i pripadajućih naselja**



Izvor: Institut za turizam

Glavne gospodarske grane u gradu Pagu su turizam, stočarstvo (proizvodnja sira i janječeg mesa) i solarstvo. Grad je podignut na ocjednom terenu, na položaju koji se u ranom srednjem vijeku spominje kao Istam. Prevlaka je novo naselje štitila od napada i osvajanja, širokim prolazom mora između uvale Solana i velike

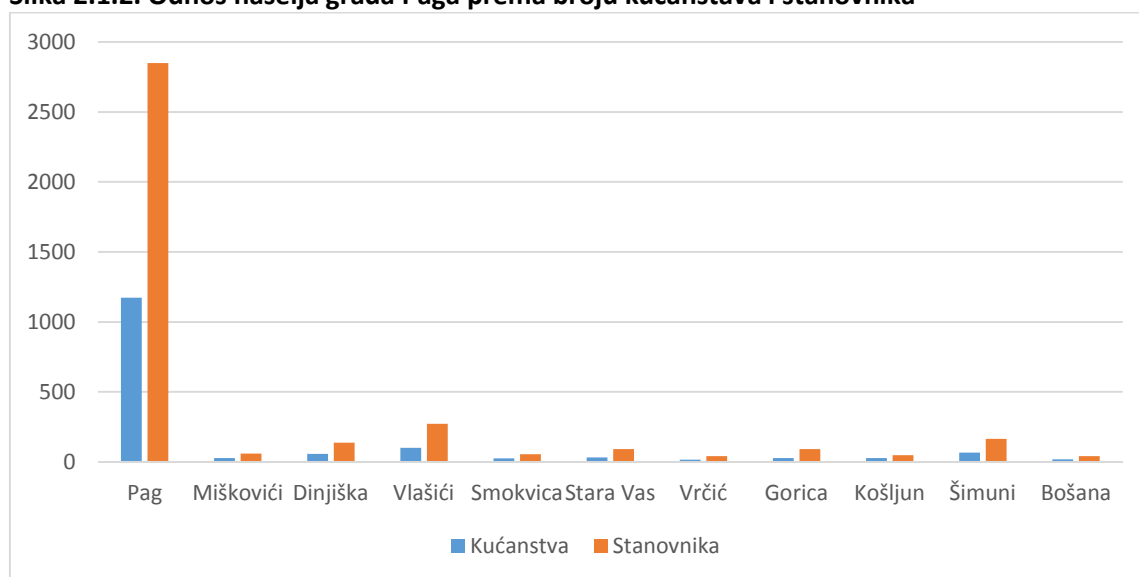


Administrativna jedinica s jugoistočne strane graniči (granica je Paški most) s općinom Ražanac, s južne strane s općinom Vrsi (morska granica), s jugozapadne strane s općinom Povljana i Vir (morska granica), na zapadu i sjeverozapadu graniči s općinom Kolan, na Sjeveru s gradom Novaljom, te na istoku s općinom Karlobag (morska granica). Ukupna površina administrativne jedinice je 142,29km<sup>2</sup>, a na području grada 2011. godine živjelo je 3.846 stanovnika, čime je prosječna gustoća naseljenosti grada Paga 27 st/km<sup>2</sup>.

## Demografska obilježja

Grad Pag, kao što je već ranije napomenuto, sastoji se od jedanaest statističkih naselja, pri čemu prema posljednjem popisu iz 2011. godine Grad Pag imao 3.846 stanovnika, što je u odnosu na 2001. godinu pad broja stanovnika od 11,5%<sup>3</sup>. Istovremeno naselje Pag 2011. godine imalo je 2.849 stanovnika, dok je iduće naselje po veličini Vlašići 2011. godine imalo 272 stanovnika.

**Slika 2.1.2. Odnos naselja grada Paga prema broju kućanstava i stanovnika**



Izvor: Popis stanovništva DZS, 2011.

Ukupan broj kućanstava u Gradu prema popisu 2011. godine iznosi 1.534, što je slično kao i kod udjela stanovnika, tek 2,53% od ukupnog broja kućanstava u Zadarskoj županiji. Istovremeno ukupan broj stanova namijenjenih za odmor i rekreaciju, kao i broj stanova za iznajmljivanje turistima, iznosi čak 1,7%, odnosno 15,11% u udjelu ukupnog broja istih u Zadarskoj županiji.

**Tablica 2.1.1. Osnovni statistički pokazatelji za područje Zadarske županije i grada Paga**

Obilježje	Zadarska županija	Grad Pag	Udio Grada Paga u Županiji (%)
Broj stanovnika	170.011	3.846	2,26
Broj kućanstava	60.547	1.534	2,53
Stanovi za stalno stanovanje	84.448	1.960	2,32
Stanovi za odmor i rekreaciju	39.939	3.035	7,60
Stanovi za iznajmljivanje turistima	9138	1.381	15,11

Izvor: Popis stanovništva Dzs, 2011.

S obzirom na dobnu strukturu stanovništva, ni aktivitet stanovništva na ovom području nije povoljan, no prema popisu iz 2001. godine ipak se je donekle poboljšao. Prema strukturi i broju zaposlenih na području Grada Paga, prema podacima iz 2011.g. zaposleno je ukupno 1.077 stanovnika s prihodima

<sup>3</sup> U navedenom razdoblju je izdvojena Općina Kolan, te stoga pokazatelj o padu broja stanovnika nije realan

od stalnih izvora sredstava, od čega 632 muškaraca i 445 žena. Ukupno zaposlenih stanovnika s povremenim izvorom sredstava ima 220, a individualnih poljoprivrednika ima ukupno 136 (Popis stanovništva, DZS, 2011). Dobna struktura stanovništva grada Paga je prema posljednjim dostupnim podacima iz 2011. godine nepogodna i upućuje na starenje stanovništva, te je po dobnoj strukturi kategorizirano kao stanovništvo duboke starosti. Grad Pag ima 17,06% mladog stanovništva (<19 godina), 50,18% zrelog stanovništva (19-59 godina), te 16,11% starog stanovništva (60+), čime indeks starenja iznosi čak 1,53. Što se tiče obrazovne strukture 2011. godine je bilo manje od 1% stanovnika bez školske spremne, te 11% stanovnika s nepotpunom osnovnom školom. Osnovnu školu je završilo 17,4% stanovnika, a SSS ima najveću udio stanovnika, njih 56%. Više i visoko obrazovanje, te magisterij ili doktorat prema popisu je imalo samo 14,1% stanovnika.

Iz ranije navedenog jasno je da demografski trendovi nisu pozitivni na području Grada, te time predstavljaju moguću prepreku u daljnjem razvoju turizma, posebice zbog pomanjkanja stručne turističke radne snage koja starenjem stanovništva i iseljavanjem mlađeg stanovništva ima sve manju bazu. To bi se u budućnosti moglo odraziti i na promjenu tradicionalnog identiteta Paga zbog potrebe za imigracijom radne snage u turizmu iz manje razvijenih dijelova Hrvatske, ali i okruženja.

## Stanje javne infrastrukture

### Obilježja prometne infrastrukture

Promet kao jedna od komplementarnih djelatnosti od vitalne je važnosti za razvoj gospodarskih djelatnosti na otoku Pagu. Prometna povezanost uključuje pomorski, cestovni i u novije vrijeme zračni promet vezan uz Zadarsku zračnu luku. S obzirom da je Pag smješten na otoku, prometno povezivanje s kopnom odnosno s nacionalnom mrežom putova izuzetno je važno, kako za turizam, tako i za gospodarstvo u cjelini. Glavni administrativni, gospodarski i prometni centar je Grad Pag iz kojeg se granaju ceste prema ostalim većim i dalje manjim centrima i mjestima na otoku. Osnovni smjer je državna cesta 106 koja ide od Paškog mosta prema Pagu i dalje prema Novalji, te na svom putu obuhvaća i čitav niz manjih mjesta i turističkih centara granajući se na lokalne ceste. Paški most dugačak je 301 metara, te spaja Otok s kopnom, odnosno autocestom Zagreb-Split. Na području JLS nalazi se djelomično i državna cesta 108. Otočna naselja su u cijelosti povezana cestovnom mrežom. Za prometovanje na Otoku služe tri glavna cestovna pravca koja povezuju naselja i to: Pag – Novalja – Lun, zatim Pag – Poveljana s ogrankom za Košljun i Pag – Gorica – Dinjiška – kopno (Ražanac) s ogrankom za Vlašić. Na otoku ima oko 75 km državnih cesta, oko 20 km županijskih cesta, te brojne lokalne ceste između manjih i većih naselja koje trenutno zadovoljavaju potrebe otočana (Strategija razvoja grada Paga, 2016).

Osnovnu uličnu mrežu grada karakterizira nedovoljna propusna moć u vremenima vršnog opterećenja (posebno u sezoni) čime je umanjena učinkovitost prometa u cjelini. S obzirom na velik broj vozila u sezoni koja prometuju na području grada, nastaje veliki problem parkiranja van parkirališta, a čime se blokira promet u ulicama koje gravitiraju prema trajektnoj luci što dodatno otežava sigurno prometovanje gradom. Na području Grada u funkciji je i 14 biciklističkih staza.

Specifičnost paškog "poluotočnog" položaja je u Paškom mostu, koji značajno smanjuje važnost pomorskog prometa u dostupnosti. Za povezanost Paga s kopnom bitna je i trajektna veza Prizna – Žigljen (vožnja traje oko 15 min, učestalost 13 polazaka od 01.01 do 02.06 i od 03.10 do 31.12, 21 polazak od 01.07. do 04.09.) (<http://www.putovnica.net/prijevoz/trajekt-prizna-zigljen-pag-jadrolinija>). Uz trajektnu liniju, otok Pag s Rijekom (preko Novalje) svakodnevno povezuje i katamaranska linija).

Slika 3. Cestovna mreža Grada Paga i okruženja



Izvor: Institut za turizam

Na području Grada Paga postoji jedna postojeća luka nautičkog turizma u naselju Šimuni.. Riječ je o ACI Marini Šimuni sa 191 vezom u moru, te 45 mjesta za smještaj plovila na kopnu. Od ostalih sadržaja marina uključuje recepciju s mjenjačnicom i s prodajnim punktom modnih dodataka, bankomat, restoran, prodavaonica prehrambenih proizvoda, sanitarni čvor sa zasebnim odjeljkom za invalide, dizalica nosivosti 15 tona, servisna radionica, slip za brodove do 8 metara, parkiralište za osobna vozila, i wlan sustav za pristup internetu. Unutar Lučke kapetanije Zadar, nalazi se lučka ispostava Pag koja upravlja korištenjem luke otvorene za javni promet županijskog značaja Pag i Fortica (Miškovići), te lukama lokalnog značaja Šimuni, Smokvica, Vlašići, Miškovići, Dinjiška i Košljun. Među planiranim lukama nautičkog turizma prema PPŽ-u Zadarske Županije još se nalaze planirane luke Pag-Golija, Proboj i Košljunski zaljev.

### **Elektroenergetska mreža**

Područje Grada gotovo je u potpunosti je pokriveno električnom mrežom (pokrivenost električnom energijom je 99%, a broj priključaka na području premašuje broj stalno nastanjenih kućanstava, i na što ukazuje velik broj kuća za odmor), koja je dio elektroenergetskog sustava na prostoru HEP-a, a sačinjavaju ga dalekovodi ,110 kV na trasi Nin-Pag- Novalja-Rab-Krk-Omišalj-Melina i poprečnom vezom Novalja-Karlobag-Lički Osik (PPUG, 2013). Uz postojeću elektroenergetsku mrežu važno je za napomenuti da postoje i odlični uvjeti za korištenje energije vjetra i solarne energije, te time i samoopskrbu turističkog sektora energijom. Trenutno se na predjelu Ravne, nedaleko Grada Paga nalazi sedam vjetroelektrana s instaliranom snagom od 5.950 kW. Izgradila ih je tvrtka Adria Wind

Power, na inicijativu HEP-a, kao prvi komercijalni projekt korištenja energije vjetra u proizvodnji električne energije u Hrvatskoj<sup>4</sup>.

### Plinifikacija

Plin je dostupan samo u bocama ili putem ugrađenih spremnika.

### Vodoopskrba i odvodnja

Vodoopskrbom na prostoru Grada Paga upravlja Komunalno poduzeće Pag d.o.o., pri čemu je ukupna duljina mreže **104.974,5 metara (Strategija razvoja grada Paga, 2016)**. Kao i u slučaju priključaka na električnu mrežu, broj priključaka na vodoopskrbnu mrežu je znatno veći od broja kućanstava, te iznosi 4.634, a tom broju treba pridodati i 55 priključaka iz gospodarskog sektora. Ukupna godišnja potrošnja vode 2008. godine iznosila je **806.623,00 m<sup>3</sup>**. U svrhu poboljšanja ukupnog sustava vodoopskrbe postoji nekoliko glavnih razvojnih projekata, među kojima se ističe dovodnja vode iz smjera Zadra, te izgradnja vodospreme na području naselja Gorica (PPUG, 2013).

Odvodnja u cjelini ne prati vodoopskrbu, pa su prisutne neželjene posljedice koje utječu na kvalitetu obalnog mora, posebno u zatvorenim zaljevima sa sporom izmjenom morske vode (Paški zaljev, Uvala Stara Novalja i dr.) u vremenskim razmacima. Potrebno je istaknuti da na području Grada Paga postoji djelomično izrađeni sustav za zbrinjavanje otpadnih voda. Odvodnju otpadnih voda vrši Komunalno društvo Pag. Prostornim planom Grada planirano je da otpadne vode naselja Bošana, Pag, Šimuni, Košljun, Dinjiška, Miškovići, Vlašići i Smokvica, te turistička i turističko-smještajna područja uz navedena naselja, uključivo zone Paška rebra, Sv. Petar, Proboj i Maletinac uključuju se u pojedinačne lokalne (ili zajedničke) sustave kanalizacije koji se usmjeravaju na planirane mehaničko-biološke uređaje za pročišćavanje otpadnih voda i ispuštaju u recipijent - morski akvatorij. Ostala "unutrašnja" naselja – Gorica, Vrčići i Stara Vas sakupljaju otpadne vode u nepropusne sabirne jame ili mrežu odvodnje rješavaju izgradnjom vlastitih manjih lokalnih kanalizacijskih sistema usmjerenih prema objektima za njihov prihvat i čišćenje.

### Odlaganje otpada

Službeno odlagalište komunalnog otpada na području Grada Paga je odlagalište Sv. Kuzam koje se nalazi oko 3.000 metara južno od centra i njime upravlja poduzeće Čistoća Pag d.o.o. Odlagalište se nalazi u blizini obale, na tek 50 metara, te nije u potpunosti usklađeno s odredbama europskog zakonodavstva, uslijed čega se očekuje njegovo zatvaranje s izgradnjom regionalnog odlagališta otpada. Čistoća Pag je također i voditelj aktivnosti za skupljanje otpada, kao i postojećeg reciklažnog dvorišta. U skladu sa Zakonom o otpadu, koji propisuje obvezu odvojenog prikupljanja otpada, ono se vrši putem Zelenih otoka i putem komunalnih akcija Komunalnog društva Pag.

Opće stanje infrastrukture može se ocijeniti kao dobro, s velikim prostorom za poboljšanje. Ta poboljšanja potrebno je provesti ponajprije u segmentu vodoopskrbe, te kanalizacijske infrastrukture koje su još uvijek podkapacitirane i onemogućuju održivi razvoj turizma, kao i u rješavanju konačnog pitanja odlaganja otpada. Održivom razvoju također bi uvelike pridoneslo i ulaganje u održive oblike energije koji imaju veliki potencijal na prostoru grada Paga.

## **Stanje okoliša i zaštićena područja**

Među zaštićenim područjima prema nacionalnoj klasifikaciji, na području Grada Paga nalaze se :

- Velo i Malo blato kod Poveljane - posebni ornitološki rezervat na površini od 461,69 ha. To su depresije sa slatkom vodom u Velom Blatu te slatkom i bočatom vodom u Malom Blatu. S obzirom na neznatnu nadmorsku visinu (Velo Blato 4m, Malo Blato 0,6), ovo su prvorazredne hidrološke zanimljivosti naše obale. Ova područja obrasla su zanimljivom vegetacijom močvara

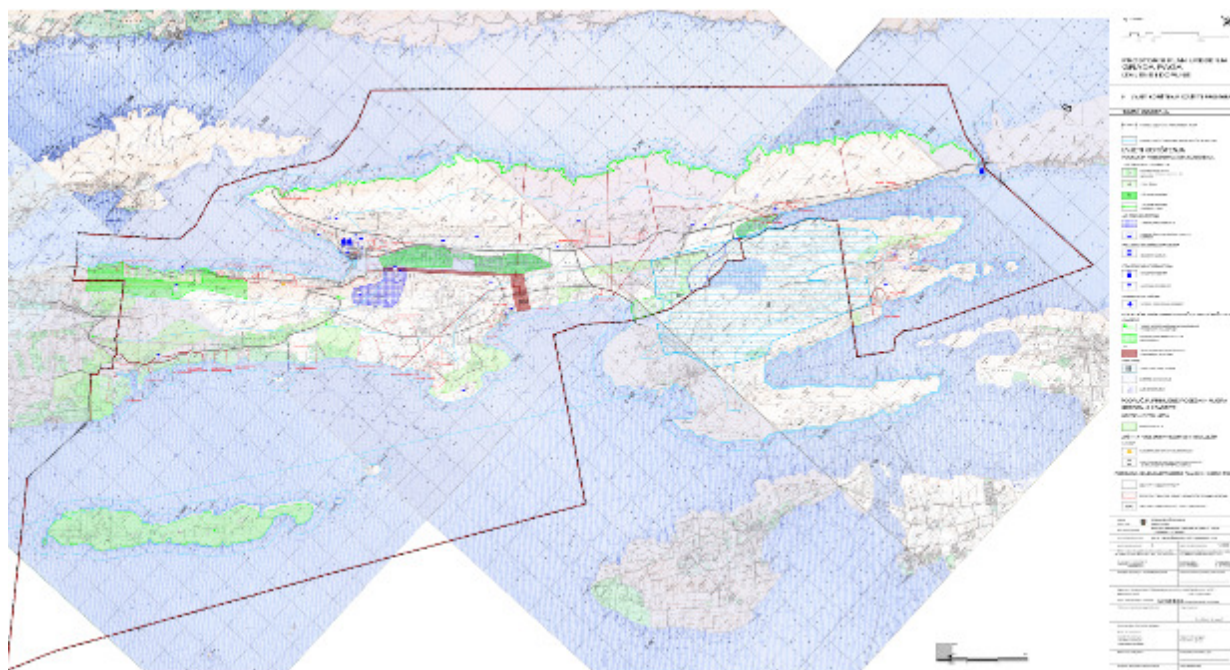
<sup>4</sup> [http://www.adriawindpower.hr/VE\\_Ravna\\_1/](http://www.adriawindpower.hr/VE_Ravna_1/)



slatkih i bočatih voda. Gusta močvarna vegetacija Velog i Malog Blata pruža okrilje zanimljivim i brojnim ptičjim stanovnicima koji ovdje zimuju, gnijezde ili se zadržavaju prilikom proljetne i jesenje seobe ptica.

- Obalni pojas Dubrava - Hanzina na otoku Pagu - značajni krajobraz 460,89 ha. Pejzažnu specifičnost ovog područja dopunjuju geomorfološke zanimljivosti obalnog pojasa, uvjetovane kontaktom stijena različite otpornosti. Ove zanimljivosti najjače su izražene u cca 6 km dugom pojasu pod najvišim vrhom otoka (Sv. Vid - 348 m). Istočni obronci ovog brdskog lanca spuštaju se k moru nizom slikovitih "kukova" i "greda", stvorenih u vapnencu radom denudacijskih, korozijskih i eolskih procesa. Budući da je obalna zona djelomično i pod šumom, možemo reći da je ovo jedan od najzanimljivijih i najljepših dijelova otoka Paga.

**Slika 4. Zaštićena prirodna područja Grada Paga po nacionalnoj klasifikaciji**



Izvor. PPUG Pag, 2013.

Područje grada Paga odlikuje niz prednosti baziranih na prirodnoj baštini i prirodnoj geografskoj osnovi koje se ne nalaze pod formalnom zaštitom (dio mreže NATURA 2000), ali predstavljaju značajan turistički resurs u vidu privlačnosti krajobraza. Nadalje mozaičnost krajobraza oblikovanog prirodnim djelovanjem, ali i jakim antropogenim djelovanjem čini ovo područje iznimno "slikovitim" i privlačnim za boravak. Energetsko bogatstvo područja odražava se kroz veliki potencijal energije vjetera, ali i solarne energije, no za sada se koristi samo u manjem intenzitetu

Kao bitan element utjecaja na okoliš može se izuzev nedovoljnog korištenje obnovljivih izvora energije istaknuti i nedovršena komunalna infrastruktura koja predstavlja potencijalni hazard za okoliš, posebice za vrlo propusan krš koji odlikuje otok Pag, kao i za područje Velikog i Malog blata. U konačnici i područje Paga odlikuje osnovni hrvatski demografski problem, a to je starosna struktura koja ukazuje na izumiranje stanovnika, te obrazovna struktura, gdje je osobito problematičan nizak udio visokoobrazovanih osoba, koji također indicira da dolazi do iseljavanja najobrazovanijih. To može negativno utjecati na sam identitet zajednice, ali i na tradicionalni krajobraz koji je između ostalog određen korištenjem od strane lokalne zajednice.

## 2.2. Turistička atrakcijska osnova

Dugoročni razvoj turizma određene turističke destinacije u najvećoj mjeri je predodređen njenim temeljnim resursima – potencijalnim i realnim turističkim atrakcijama. Resursna osnova nekog područja čini skup turističkih atrakcija i infrastrukture koja je neophodna za razvoj nekog potencijalnog turističkog područja. Za inicijalni razvoj turizma tu su najvažnije turističke atrakcije, realne i potencijalne, koje predstavljaju bazu za turistički razvoj nekog područja. Upravo struktura i intenzitet privlačnosti atrakcija određuju moguću strukturu turističkog destinacijskog proizvoda i njegov mogući imidž na turističkom tržištu. Stoga svako razvojno (dugoročno) planiranje turizma, pa tako i strategija razvoja turizma, mora sadržavati analizu turističke atrakcijske osnove konkretne turističke destinacije, što se, u ovom slučaju, odnosi na područje Grada Paga.

Bez obzira na uređenost naselja ili pojedinih atrakcija, valja ustvrditi da ključne točke od interesa u sferi prirodne i povijesno-kulturne baštine na kojima se zasniva razvojni potencijal Grada Paga obilježava različita razina važnosti i tržišne spremnosti za privlačenje turističke potražnje. Stoga se u nastavku turistička atrakcijska osnova valorizira prema kriterijima:

- važnosti resursa/atrakcije za turizam Paga iskazana kao sposobnost/potencijal privlačenja međunarodne, nacionalne, regionalne ili lokalne potražnje, te
- tržišne spremnosti resursa/atrakcije za prihvata turista, odnosno prema razini uređenosti i turistificiranosti pojedinih resursa i atrakcija iskazane u tri stupnja kao tržišno spremne, tržišno poluspremljene i tržišno nespremljene atrakcije.

Ocjene važnosti dobivene su na temelju ekspertne procjene tima Instituta za turizam, a ocjene tržišne spremnosti na osnovi analize turističke opremljenosti pojedinih atrakcijskih točaka.

Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost
<b>Reljef</b>	
<b>Vrh Sveti Vid</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 348 metra nadmorske visine</li> <li>- Prilaz putem nekoliko planinarskih staza</li> <li>- Vidikovac na cijeli Kvarnerski arhipelag</li> </ul>	Regionalna/ poluspremljena
<b>Zaštićeni posebni geološko paleontološki rezervat Crnika</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- dvadeset milijuna godina stare miocenske naslage</li> <li>- Plaža Crnika je također bogato paleontološko nalazište</li> </ul>	Regionalna/ nespremljena
<b>Uvala Pag</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sportovi na vodi</li> <li>- Windsurfing zbog snažnog vjetra</li> <li>- Bogato podmorje u vidu prirodne raznolikosti i podvodne arheologije</li> <li>- NATURA 2000 područje</li> </ul>	Regionalna/ spremljena
<b>Ljekovito Blato</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Na predjelu Lokunja, u samom središtu grada Paga</li> <li>- liječenja kod reumatskih i raznih dermatoloških oboljenja</li> </ul>	Regionalna/ nespremljena
<b>Dinjuško i Vlašičko polje</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- polja u kršu</li> <li>- dug kontinuitet tradicije poljodjelstva</li> </ul>	Lokalna/ nespremljena
<b>Fosili</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- zub krokodila, karbon (ugljen), foraminifere</li> </ul>	Regionalna /nespremljena

Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost
<b>Plaže</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Gradska plaža Prosika</b></li> <li>- Plaža Mađarica, Plaža Tri glave šljunčana plaža, Plaža Tartanovo, Plaža Marijanovo, Plaža Janjeće vode, Plaža Kozlinjak, Plaža Bošana, Plaža Rozin bok, Plaža Konjsko, Plaža sveta Marija, Plaža sveti Marko, Plaža Hričnjac, Plaža Filino, Plaža Mali Zaton, Plaža Veli Zaton, Plaža Ploča, Plaža Bele stene, Plaža Mali bok, Plaža Veli bok Plaža Rikova kotica, Plaža Bašaca, Plaža Vila Jerka, Plaža Košljun, Plaža Proboj, Plaža Šimuni, Plaža Maletinac, Plaža Vlašići, Plaža Smokvica, Plaža Dinjiška, Plaža Miškovići</li> </ul>	Regionalna (kamp poluspremna nespemna plaže) spremna (Šimuni)/(Prosika)/(izolirane)
<b>Vode</b>	
<b>Velo i malo blato</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zaštićen kao "ornitološki rezervat"</li> <li>- dio mreže NATURA 2000</li> <li>- 160 vrsta ptica močvarica</li> <li>- promatračnica za ptice na rubu Veloga blata</li> </ul>	Regionalna/spremna
<b>Paški akvatorij</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- medij za razvoj kupališnog, ronilačkog i nautičkog turizma</li> <li>- voda I. razreda kvalitete</li> </ul>	Regionalna/spremna
<b>Bazeni soli</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- koriste se za komercijalnu proizvodnju</li> </ul>	Nacionalna/poluspremna
<b>Zaštićena prirodna baština</b>	
<b>Značajni krajobraz i posebni rezervat šumske vegetacije</b>	
<b>Dubrava – Hanzine</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- jedini je pošumljeni dio na području Grada Paga u kojemu je izvorna šuma hrasta crnike očuvana</li> <li>- Flora je razvila imunitet na nemilosrdnu klimu</li> </ul>	Regionalna/poluspremna
<b>Ornitološki rezervati Velo i malo blato</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 160 vrsta ptica močvarica</li> <li>- - promatračnica za ptice</li> </ul>	Regionalna/spremna
<b>Zaštićeni posebni geološko paleontološki rezervat Crnika</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- dvadeset milijuna godina stare miocenske naslage</li> <li>- Plaža Crnika je također bogato paleontološko nalazište</li> </ul>	Regionalna/nespremna
<b>NATURA 2000 područja</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinjiška</li> <li>- Paške stijene Velebitskog Kanala (Rt Sv. Nikola – Rt Fortica – Rt Mrtva)</li> <li>- Uvala Dinjiška</li> <li>- Stara Poveljana</li> <li>- Otok Pag II</li> <li>- Solana Pag</li> <li>- Paška Vrata</li> <li>- Otoci Škrda i Maun</li> </ul>	Regionalna/nespremna
<b>Klima</b>	
<b>Visok stupanj insolacije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preko 2500 sunčanih sati godišnje (iza Hvara)</li> </ul>	Regionalna/spremna
<b>Bura</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Doživljaj bure</li> <li>- Paška osobitost i oblikovatelj prostora</li> </ul>	Regionalna/nespremna
<b>Živi svijet</b>	
<b>Ovce</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preko 35.000 jedinki</li> </ul>	Nacionalna/nespremna
<b>Šišmiši</b>	
	Regionalna/

Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost
- U rezervatu Dubrava - Hanzine	nespremna
<b>Trstika</b>	
- prirodni element krajobraza	Regionalna/
- živa zaštita od Bure	nespremna
<b>Zaštićena materijalna kulturno-povijesna baština</b>	
<b>Pag – kulturno povijesna cjelina grada</b>	
- Gradske zidine	
- Kula Skrivant	
- Magazini soli	
- Povijesna jezgra	
- Crkva sv. Jurja	Nacionalna/
- Knežev dvor	spremna
- Crkva Marijina uznesenja	
- Crkva sv. Grane	
- Kula Kamerlengo	
- Više manifestacija (Paško kulturno ljetovanje, Pag Art festival...)	
<b>Ruralne cjeline</b>	
- stari dijelovi naselja Šimuni, Gorica, Vrčići, Stara Vasa, Dinjiška, Miškovići, Vlašići i Smokvica)	Lokalna/
	nespremna
<b>Palače, utvrde i znamenite zgrade</b>	
- Ljubačka tvrđava "Fortica" (Dinjiška)	
- Kneževa Palača (Pag)	
- Palača Mirković (Pag)	
- Magazini soli (Pag)	Regionalna/
- Biskupska palača	spremna
- Kule Skrivant i Kamerlengo	
- Palača Jadrolić	
- Palača Ruić	
<b>Sakralna baština</b>	
- Paški Trn – važna relikvije	
- Moći svetog Valentina	
- Benediktinski samostan i crkva sv. Margarite	
- Crkva Marijina Uznesenja u gradu (nova)	
- Crkva Marijina Uznesenja u Starom Pagu	Regionalna/
- Crkva sv. Frane	poluspremna
- Crkva sv. Jurja	
- Inventar Benediktinskog samostana sv. Margarete i crkve Marijina Navještenja	
- Inventar crkve Uznesenja Blažene Djevice Marije	
<b>Arheološki lokaliteti/nalazišta</b>	
- Arheološki kompleks Stari grad	
- Arheološki ostaci građevina na otočiću Veliki Sikavac (Vlašići)	
- Podvodno arheološka nalazišta uvala Vlaška	
- Gradac	Nacionalna/poluspremna
- Ostaci crkve sv. Petra na Prosici	(Stari grad)
- Ostaci crkve sv. Jurja na brdu iznad Paga	
- Ostaci crkve sv. Nikole	
- Ostaci crkve sv. Katarine	Regionalna/nespremna
- Ostaci crkve sv. Fumije	(većina ostataka)
- Ostaci crkve sv. Andrije	
- Ostaci crkve sv. Ivana	
- Ostaci crkve sv. Stjepana	
- Ostaci crkve sv. Grgura	



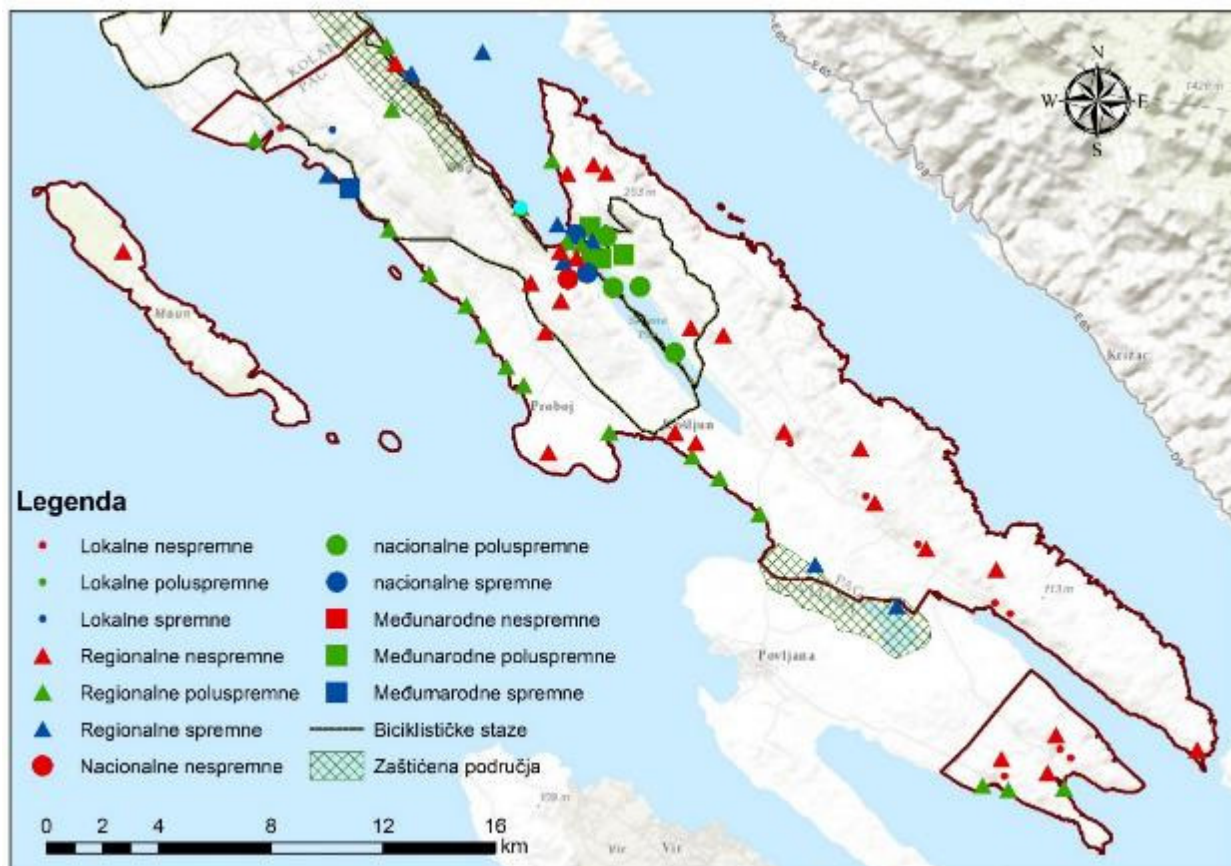
Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ostaci crkve Sv. Jelene</li> <li>- Ostaci crkve sv. Lucije</li> <li>- Ostaci crkve sv. Martina</li> <li>- Ostaci crkve sv. Krševana</li> <li>- Ostaci crkve sv. Nedeljice</li> <li>- Ostaci crkve sv. Jakova</li> <li>- Ostaci crkve sv. Kuzme i Damjana</li> <li>- Ostaci crkve Sv. Marije Stare</li> <li>- Ostaci crkve Bartula na Zametu</li> <li>- Ostaci crkve sv. Mateja</li> <li>- Ostaci crkve sv. Križa</li> <li>- Ostaci samostana benediktinki crkve sv. Margarite</li> <li>- Ostaci crkve i samostana sv. Frane</li> <li>- Ostaci crkve sv. Jurja</li> <li>- Ostaci crkve sv. Ambroza</li> <li>- Ostaci crkve sv. Andrije</li> <li>- Ostaci crkve sv. Petra</li> <li>- Ostaci crkve sv. Krševana na Maunu</li> <li>- Ostaci crkve sv. Marije Magdalene (Košljun)</li> <li>- Ostaci crkve sv. Bartula (Dinjiška)</li> <li>- Gradina Panos (Dinjiška)</li> <li>- Gradina u Gorici</li> <li>- Ostaci crkve sv. Mihovila (Gorica)</li> <li>- Ostaci crkve sv. Tome (Košljun)</li> <li>- Gradina Gradac</li> <li>- Ostaci crkve sv. Križa (Stara vas)</li> </ul>	
<b>Zaštićena nematerijalna kulturno-povijesna baština</b>	
<b>Čipkarstvo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Paška čipka (UNESCO nematerijalna baština)</li> <li>- Zbirka paške čipke</li> <li>- Međunarodna manifestacija</li> </ul>	Međunarodna /poluspremna
<b>Tradicionalna proizvodnja Paškog sira</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Izvorni Hrvatski proizvod</li> </ul>	Međunarodna /poluspremna
<b>Tradicijski način života</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Paško kolo</li> <li>- Paška Robinja</li> <li>- Paški teg i pokrivaca (narodna nošnja)</li> <li>- Paški tanac</li> <li>- Paški kanat</li> <li>- Priče iz paške povijesti u prozi i desetercu</li> <li>- Ribarstvo</li> <li>- Pomorska tradicija</li> </ul>	Regionalna/ poluspremna
<b>Suhozidi i pastirske kućice</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rašireni širom ruralnih područja</li> </ul>	Lokalna/ nespremna
<b>Solarstvo</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stalna izložba solarstva</li> <li>- Solana Pag</li> </ul>	Nacionalna/ poluspremna
<b>Ostala kultura života i rada</b>	
<b>Eno-gastronomija</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Paška janjetina</li> <li>- Paški sir</li> <li>- Paška sol</li> <li>- Baškotini, štrike, kolacič</li> <li>- Vino Žutica</li> </ul>	Nacionalna/ poluspremna

Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost
– Paška torta	
<b>Oznaka 15 – tog Meridijana</b>	Lokalna/ spremna
<b>Znamenite osobe i događaji</b>	
– Bartol Kašić	
– Juraj dalmatinac	Nacionalna/ nespremna
– Juraj Orsini	
– Bela IV	
– Frane Budak	
<b>Kulturne ustanove</b>	
<b>Stalna izložba solarstva</b>	Regionalna/ spremna
– U magazinima na području solane	
<b>Galerija paške čipke</b>	Nacionalna/ poluspremna
– U samom središtu grada u Kneževoj palači uređena je Galerija paške čipke	
<b>Važnije manifestacije</b>	
<b>Paško kulturno ljeto</b>	Regionalna/ spremna
– traje od 15. lipnja do 15. rujna svake godine	
– obuhvaća oko 40 kulturnih programa različitog sadržaja	
<b>Međunarodni festival čipke</b>	Međunarodna/ spremna
– Odvija se tokom lipanja	
– Prezentira dosege čipkarstva	
<b>Pag Art Festival</b>	Nacionalna/ spremna
– posvećen ozbiljnoj glazbi	
– organizator Lovro Pogorelić	
<b>Paški karneval –</b>	Regionalna/ spremna
– Zimski i ljetni karneval	
<b>Surfing regata</b>	Međunarodna/ spremna
– Na području kampa Šimuni	
– U rujnu	
<b>Važniji zdravstveno-turistički i sportsko-rekreacijski objekti</b>	
– Ljekovito blato koje se nalazi na predjelu Lokunje u gradu Pagu	Regionalna/ nespremna
– Brojna košarkaška, nogometna, odbojkaška, teniska i druga igrališta	Lokalna/ spremna
<b>Turističke staze, putovi i ceste</b>	
<b>Penjačke staze</b>	
– Pripremljeni putovi za uspon izrađeni su za „On flash, Top Rope i Solo Integrale" penjače. Zapadni dio Paške uvale namijenjen je isključivo penjačima koji se bave tehničkim penjanjem uz pomoć užadi	Regionalna/ spremna
– Sve staze su lako dostupne, a dostupne su samo morskim putem	
<b>Planinarske staze</b>	
– Do vrha Sv Vida može se doći sa nekoliko označenih planinarskih staza: od Dubrave (Pag) okomitim usponom prema vrhu (oko 45 minuta) ili od Kolana laganim usponom koji traje oko 1.15 minuta	Regionalna/ spremna
– Postoji i još jedna staza od starih Šimuni koja se djelom poklapa sa stazom iz Kolana	

Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost
<b>Biciklističke staze:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Vodice (Pag plaža) - Sv. Jerolim - Gajac - Škunca (Novalja)</li> <li>– Slana staza, Stari grad – Gorica</li> <li>– Stari grad – Košljun</li> <li>– Ukupno oko 120km biciklističkih staza</li> </ul>	Regionalna/ poluspremna
<b>Kanal uz Solanu</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dužine 3,5 km</li> <li>- Izuzetno dobar za veslačke pripreme</li> </ul>	Regionalna/ nespremna
<b>Cesta Sira</b>	Regionalna/ poluspremna
<b>Vinska cesta</b>	Regionalna/ poluspremna

Među navedenim atrakcijama osobito se ističu atrakcije koje već privlače ili imaju veliki potencijal da privlače međunarodnu potražnju (kao primarne atrakcije), te su time prepoznate kao atrakcije međunarodnog značaja: čipkarstva (te manifestacije vezan, tradicionalne proizvodnje Paškog sira, , surfing regate u Šimunima. Također fokus treba biti i na daljnjem razvoju atrakcija nacionalnog značaja, od kojih je većina poluspremna za turističko korištenje, bazeni soli, kulturno-povijesna cjelina Grada Paga, arheološka cjelina starog grada, proizvodnja soli, eno-gastronomija u cjelini (sir, janjetina, paška sol, baškotini, kolacić i drugo), galerija Paške čipke, Pag Art festival, Bartol Kašić i Juraj Dalmatinac (slika ??). Plaže su u većoj mjeri tek poluspremne ili nespremne za korištenje (izuzev plaže kampa Šimuni i djelomice glavne gradske plaže Prosika), te su regionalnog značaja, no s obzirom na današnji status razvoja turizma imaju primarnu funkciju u privlačenju turističke potražnje.

Slika 5. Distribucija atrakcija po značaju i spremnosti za turističko korištenje



## 2.3. Gospodarstvo

Diversificirana gospodarska struktura grada Paga odraz je brojnih komparativnih prednosti lokacije te spoja tradicije i tradicijskih djelatnosti sa suvremenim tržišnim trendovima. Uz turizam kao važnu gospodarsku aktivnost, na području Grada posluje niz nacionalno prepoznatljivih gospodarskih subjekata u segmentu poljoprivrede i vađenja soli te prerađivačke industrije, a izgrađena je i vjetroelektrana sa sedam vjetroagregata.

S indeksom razvijenosti od 106,43% u 2013. godini, razvijenost grada Paga<sup>5</sup> približno je jednaka razvijenosti Zadarske županije (106,39%). U odnosu na 2010. godinu, Grad je povećao indeks za 2,84 postotna boda, prije svega na osnovi povećanja proračunskih prihoda po stanovniku (<https://razvoj.gov.hr>).

U uvjetima nepostojanja podataka službene statistike o obilježjima gospodarstva grada Paga, sliku o njegovoj gospodarskoj strukturi Grada moguće je donekle rekonstruirati iz podataka o poslovanju gospodarskih subjekata raspoloživih u Registra godišnjih financijskih izvještaja koji vodi FINA. Naime, Registar godišnjih financijskih izvještaja objedinjava podatke o poslovanju pravnih i fizičkih gospodarskih subjekata/osoba obveznika poreza na dobit prema sjedištu, što znači da ne pruža mogućnost sagledavanja utjecaja gospodarskih subjekata koji na prostoru grada imaju svoje objekte/pogone, a registrirani su u nekim drugim jedinicama lokalne samouprave (primjerice Kamp Šimuni d.o.o., Ilica Centar d.o.o., Adria wind power d.o.o.), kao što ne pruža niti podatke o poslovanju najvećeg dijela obrtnika i pružatelja usluga obiteljskog smještaja.

**Tablica 2.3.1. Broj zaposlenih, poslovni prihod, bruto dodana vrijednost, neto dobit prije oporezivanja pravnih i fizičkih osoba obveznika poreza na dobit sa sjedištem na području grada Paga prema djelatnostima u 2014. i 2015. godini (prihod, dodana vrijednost i neto dobit u 000 kn)**

Djelatnost	Broj zaposlenih/ sati rada		Poslovni prihod		Bruto dodana vrijednost		Neto dobit prije oporezivanja	
	2014.	2015.	2014.	2015.	2014.	2015.	2014.	2015.
Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	78	86	43.196	42.158	11.186	8.538	11.183	1.174
Rudarstvo i vađenje	93	88	49.128	57.489	15.023	13.813	4.286	6.645
Prerađivačka industrija	55	51	37.732	48.915	9.543	13.689	3.000	7.637
Vodoopskrba, kanalizacija, sanacija okoliša	34	39	13.491	13.223	8.784	8.179	-303	-485
Građevinarstvo	5	5	1.347	1.186	441	413	24	35
Trgovina	113	124	82.053	80.763	14.738	14.089	2.311	2.068
Prijevoz i skladištenje	18	19	7.109	7.768	3.645	3.939	1.991	1.754
Smještaja te priprema i usluživanje hrane	57	64	14.173	18.499	6.776	9.436	914	-359
Informacije i komunikacije	0	1	7	89	-2	40	-12	9
Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja	3	2	313	339	182	201	-4	22
Poslovanje nekretninama	0	1	0	125	-2	17	-47	-63
Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	10	9	2.233	2.484	1.776	1.972	316	598
Administrativne i pom. uslužne djelatnosti	14	15	2.771	2.464	1.483	944	252	-149
Obrazovanje	3	1	216	37	145	27	14	0
Umjetnost, zabava i rekreacija	1	2	293	483	64	126	58	28
<b>Ukupno</b>	<b>484</b>	<b>507</b>	<b>254.061</b>	<b>276.024</b>	<b>73.781</b>	<b>75.421</b>	<b>23.981</b>	<b>18.916</b>

Izvor: FINA, posebna obrada Registra godišnjih financijskih izvještaja

<sup>5</sup> Grad Pag je u IV skupini razvijenosti u koju ulaze JLS s indeksom razvijenosti od 100% i 125% prosjeka RH.

Sukladno tim podacima, u 2015. godini na području grada Paga bilo je registrirano 60 pravnih i fizičkih osoba obveznika poreza na dobit sa 507 zaposlenih (prema satima rada) koji su ostvarili 276 milijuna kuna poslovnog prihoda i neto dobit od 18,9 milijuna kuna (tablica 2.3.1.). U odnosu na 2014. godinu poslovnih prihod povećan je za 8,6%, ali je neto dobit smanjena za 21%.

U strukturi poslovnog prihoda dominira trgovina s udjelom od 29%, a slijedi rudarstvo i vađenje (20%), prerađivačka industrija (18%) te poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo (15%). U skupini ovih djelatnosti, najveći rast poslovnog prihoda u 2015. godini ostvarili su gospodarski subjekti iz djelatnosti prerađivačke industrije (30%) te djelatnosti rudarstva i vađenja (17%).

Ostvarena bruto dodana vrijednost<sup>6</sup>, kao pokazatelj doprinosa pojedine djelatnosti gospodarstvu koji mjeri novostvorenu vrijednost sadržanu u proizvedenim robama i uslugama pojedinih djelatnosti, pokazuje da je trgovina s udjelom od 19% ukupne bruto dodane vrijednosti najvažnija djelatnost Grada, a slijede rudarstvo i vađenje (18%), prerađivačka industrija (18%), poljoprivreda (11%) dok se u smještaju te pripremi i usluživanju hrane generira 9% bruto dodane vrijednosti. Tijekom 2015. godine najveći rast dodane vrijednosti ostvarile su prerađivačka industrija (43%) te djelatnost smještaja i usluživanja hrane (39%).

Deset najvećih gospodarskih subjekata sa sjedištem na području Grada u 2015. godini ostvarilo je ukupan prihod od 246 milijuna kuna (2,6% više nego u prethodnoj godini) odnosno 88% ukupnog prihoda analiziranih gradskih gospodarskih subjekata. Najveći prihod ostvaruje tvrtka registrirana za trgovinu na malo, a slijede poduzeća iz djelatnosti vađenja soli, proizvodnje začina te uzgoja ovaca i koza. Na popisu 10 najvećih gospodarskih subjekata nalaze se i dvije tvrtke registrirane u djelatnosti hotela i sličnog smještaja.

**Tablica 2.3.2. Broj zaposlenih i ukupan prihod deset najvećih pravnih i fizičkih osoba obveznika poreza na dobit sa sjedištem na području grada Paga u 2014. i 2015. godini (ukupan prihod u kn)**

Naziv/ Djelatnost	Broj zaposlenih		Ukupni prihod	
	2014.	2015.	2014.	2015.
Lorenzo d.o.o. Trgovina na malo	90	83	66.207.850	64.148.090
Solana Pag d.d. Vađenje soli	93	88	51.125.017	58.273.877
Pag 91 d.o.o. Proizvodnja začina i drugih dodataka hrani	38	37	33.710.177	45.308.436
Paška sirana d.d. Uzgoj ovaca i koza	73	81	51.316.282	40.367.395
Komunalno društvo Pag d.o.o. Skupljanje, pročišćavanje i opskrba vodom	20	23	10.442.869	10.052.477
Zdr. ustanova ljekarne Butković Ljekarne	7	8	9.112.867	8.504.339
Milan Mandičić Ostali kopneni prijevoz putnika, d. n.	18	19	7.020.249	7.687.464
UO Belveder vl. Igor Palčić Hoteli i sličan smještaj	8	12	2.897.365	4.874.265
Čistoća Pag d.o.o. Skupljanje neopasnog otpada	14	16	3.118.763	3.361.716
Meridijan 15 d.o.o. Hoteli i sličan smještaj	11	12	4.763.648	3.411.641
<b>Ukupno 10 najvećih gospodarskih subjekata</b>	<b>372</b>	<b>379</b>	<b>239.715.087</b>	<b>245.989.700</b>
<b>Svi gospodarski subjekti (60)</b>	<b>484</b>	<b>507</b>	<b>268.464.376</b>	<b>279.033.840</b>

Izvor: FINA, posebna obrada Registra godišnjih financijskih izvještaja

<sup>6</sup> Pokazatelj je procijenjen kao razlika između poslovnog prihoda i sume materijalnih troškova te ostalih poslovnih rashoda

Sukladno podacima Državnog zavoda za statistiku o ukupnom broju zaposlenih u pravnim subjektima na dan 31.3.2014. godine (Državni zavod za statistiku, Zaposlenost i plaće u 2014., Statistička izvješća 1549, 2015.) u gradu Pagu bilo je 708 zaposlenih osoba od čega 96 u trgovini, 93 u rudarstvu i vađenju, 75 u poljoprivredi, šumarstvu i ribarstvu, dok su 62 osobe radile u djelatnosti pružanja usluga smještaja te pripreme i posluživanja hrane i pića.

## 2.4. Institucionalni okvir

Institucionalni okvir za razvoj turizma na području Grada Paga čine lokalna i područna tijela/institucije te smjernice/strateški dokumenti odnosno ključni propisi.

U okviru samoupravnog djelokruga Grad Pag osigurava obavljanje javnih službi koje zadovoljavaju svakodnevne potrebe građana na području društvenih, odgojnih, komunalnih, gospodarskih i drugih djelatnosti, u skladu sa zakonom. Za adekvatno obavljanje komunalnih, gospodarskih i društvenih djelatnosti Grad Pag je osnovao trgovačka društva i javne ustanove, pri čemu su od osobite važnosti za upravljanje turizmom Turistička zajednica Grada Paga, Centar za kulturu i informacije Pag i Komunalno društvo Grad Pag. Djelatnosti centra za kulturu i informacije obuhvaćaju skup djelatnosti važnih za razvoj turizma poput: organiziranje radionica s područja kulture, umjetnosti i informacija, organiziranje dramskih i glazbeno - scenskih predstava, te kulturno - zabavnih priredbi, organiziranje kulturnih manifestacija od značaja za Grad Pag, organiziranje predavanja, promocija, izložbi i slično. Turistička zajednica ima ulogu promocije i koordinacije dionika iz područja turizma, kao i kreiranja inovativnih turističkih proizvoda,

Na županijskoj razini upravno tijelo nadležno za razvoj turizma je Upravni odjel za more i turizam koji obavljanja upravne i stručne poslove u području turizma, pomorstva, pomorskog dobra, marikulture i morskih luka, te provodi postupke davanja koncesija na pomorskom dobru, poslove u vezi s održavanjem, upravljanjem, zaštitom i unapređenjem pomorskog dobra. Također, provodi i postupke utvrđivanja granica pomorskog dobra i lučkih područja, provodi postupke utvrđivanja visine naknade koju plaćaju vlasnici brodica i jahti za upotrebu pomorskog dobra, vodi upisnik koncesija na pomorskom dobru te prati i usklađuje rad Županijske lučke uprave. Zadarska županija je uz Turističku zajednicu Zadarske županije bila i naručitelj Glavnog plana razvoja turizma Zadarske županije za razdoblje od 2013. do 2023.

U proces strateškog usmjeravanja turizma Županije izravno je uključen i Zavod za prostorno uređenje Zadarske županije kao javna ustanova za obavljanje poslova prostornog planiranja na regionalnoj razini, a u očuvanje prirodne baštine, ali i pružanje usluga posjetiteljima, i javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Zadarske županije, Natura Jadera, koja direktno upravlja s tri rezervata jednim zaštićenim krajobrazom na području Grada Paga. Među županijskim tijelima bitna je još i Agencija za razvoj Zadarske županije – Zadra Nova, aktivna u projektima razvoja turizma te apliciranja na sredstva EU programa/fondova. Misija Zadar Nove je poticanje održivog razvoja Zadarske županije kroz pripremu kapaciteta Zadarske županije za privlačenje EU sredstava, provedbu politike regionalnog razvoja, pomaganje razvoja malog i srednjeg poduzetništva, privlačenje i pružanje podrške ulagačima, te promicanje energetske efikasnosti i obnovljivih izvora energije.

Na području Grada Paga djeluje više udruga koje sudjeluju u stvaranju turističkog proizvoda i kreiranju turističke ponude, poput: Udruge iznajmljivača apartmana i soba grada (Pag- grad Zdravlja), udruga Pag – moj grad, Udruge Paška alka (kostimirani srednjovjekovni performer), Karnevalska Udruga Markova kumpanija, Plesna Udruga Kissa, SUHOZID - udruga za očuvanje kulturne i prirodne baštine otoka Paga, Udruga pažana Cvit soli, Udruga Bataja i druge.



Jačanje suradnje između različitih ruralnih dionika realizira se i kroz lokalnu akcijsku grupu Mentorides koja održivi razvoj ruralnog turizma vide kao važan prioritet djelovanja, a djeluje na području gradova Paga, Novalje, Raba i općina Kolan, Poveljana i Lopar.

Na ograničenja razvoja turizma te poželjne smjerove razvoja turizma iz perspektive glavnih institucionalnih dionika razvoja turizma na području grada Paga ukazuju zaključci provedenih intervjua i fokus grupa prikazani u tablici 2.4.1.

**Tablica 2.4.1. Ograničenja razvoja turizma te poželjni smjerovi razvoja turizma iz perspektive glavnih institucionalnih dionika razvoja turizma na području grada Paga**

Ograničenja turističkog razvoja	Razvojni potencijal
<p><b>Interni faktori</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatak adekvatnih zabavnih sadržaja</li> <li>- Neuređena turistička suprastruktura</li> <li>- Niska kvaliteta privatnog smještaja i ugostiteljske ponude</li> <li>- Loš javni prijevoz</li> <li>- Ljudski resursi                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Podkapacitiranost institucija</li> <li>• Nedostatak obrazovanog kadra</li> <li>• Odljev kadrova</li> </ul> </li> <li>- Nedostatak hotelskog smještaja</li> <li>- Nedovoljno poznavanje turističkog tržišta</li> <li>- Nedovoljna inovativnost u osmišljavanju turističkih proizvoda</li> </ul> <p><b>Eksterni faktori</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fiskalna i druga opterećenja (RTV pristojbe i slično)</li> <li>- Konkurencija (Novalja)</li> </ul>	<p><b>Interni faktori</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Raznolikost kulturne baštine</li> <li>- Bendovi Paga (sir, sol, janjetina, čipka)</li> <li>- Razvedenost krajobraza</li> <li>- Potencijal vjerskog turizma</li> <li>- Autohtone sorte vine</li> <li>- Magazini soli kao multifunkcionalan prostor</li> <li>- Arheološko područje Starog grada</li> <li>- Zdravstveni turizam – Lokunje</li> <li>- Velik prostor lijepo položenih turističkih zona</li> </ul> <p><b>Eksterni faktori</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eu fondovi</li> <li>- Povećanje potražnje za autohtonosti</li> </ul>

Izvor: Provedeni intervjui i fokus grupe, obrada Institut za turizam

Među najvažnijim smjernicama/strateškim dokumentima Grada za razvoj turizma su Strategija razvoja Grada Paga od 2015. do 2020. godine, Plan prostornog uređenja grada Paga iz 2007 godine, s izmjenama i dopunama iz 2013. godine („Službeni glasnik Zadarske županije“ broj 8/03 i 6/07 i „Službeni glasnik Grada Paga“ broj 5/13), Prostorni plan Zadarske Županije (Službeni glasnik Zadarske županije, br. 2/01, 6/04, 2/05, 17/06, 26/08, 03/10) i Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije od 2013. do 2023. godine.

<b>Strategija razvoja Grada Paga</b>	<p>U Strategiji razvoja Grada Paga do 2020. godine navodi se da je resurse iskoristive u kreiranju budućeg brenda Grada Paga, moguće podijeliti na kulturno- povijesne, krajobrazne, vjerske i duhovne, gastronomske, legende i priče, sportske te posebne otočne resurse (lokalne specifičnosti). Nastavno kratkoročni i srednjoročni ekonomski potencijal Grada najvjerojatnije će se temeljiti na rastu sljedećih sektora:</p> <p>1) Turizmu: uzimajući u obzir određenu tradiciju bavljenja turizmom karakterističnim za ruralni prostor, postojeće prirodne resurse koji bi se mogli iskoristiti za daljnji razvoj, postoji vjerojatnost daljnjeg prosperiteta (posebno kvalitativno). Mogućnost dodatne (stalne) potražnje za uslugama ove vrste</p>
--------------------------------------	--

	<p>mogle bi dati poticaj razvoju malog i srednjeg poduzetništva na području turizma.</p> <p>2) Poljoprivredi: pri čemu osim osnaženja postojeće poljoprivredne proizvodnje, postoji i potencijal za razvoj organske poljoprivrede za kojim postoji sve veća potražnja.</p> <p>3) Razvoj malog i srednjeg poduzetništva pretežno u funkciji razvoja prva dva pravca razvoja potreba mještana i šireg područja.</p> <p>Vizija razvoja Grada Paga <i>sastoji se od sljedećih elemenata</i>: 1. Visoka kvaliteta života i životni standard europskog prosjeka (5 godina); 2. Razvijeno gospodarstvo, prvenstveno turizam, poljoprivreda, ribarstvo, malo i srednje gospodarstvo; 3. Razvijati sustav brendiranja (baza ruralni prostor i turizam); 4. Naglašeni razvoj (dinamičan) i to uravnotežen, održiv, ekološki itd.; 5. Usklađeno funkcioniranje javnog, poslovnog i civilnog sektora. Da bi vizija ostvarila ustanovljena su tri strateška cilja, te 10 prioriteta.</p> <p>Među ciljevima i projektnim prioriteti Grada Paga koji su zadani, ustanovljeno je i 42 konkretna projekata, od kojih se sljedeći odnose direktno na turistički razvoj:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rekonstrukcija i prenamjena I.II. i III. Magazina soli;</li> <li>- Rekonstrukcija i prenamjena Doma kulture;</li> <li>- Paška kuća;</li> <li>- Biciklističke staze;</li> <li>- Manifestacije Međunarodni festival čipke;</li> <li>- Zaštita paške čipke;</li> <li>- Strategija razvoja turizma;</li> <li>- Likovna-umjetnička kolonija u Starom gradu;</li> <li>- Arheološki lokalitet Stari grad;</li> <li>- Razvoj i promocija turističke ponude;</li> <li>- Valorizacija ornitoloških rezervata Velo i Malo Blato te Park Šuma Hanzine;</li> <li>- Zdravstveni turizam;</li> <li>- Magazin soli - Obnova i prenamjena IV-IX.;</li> <li>- Palača Matasović – višenamjenska zgrada;</li> <li>- Muzej čipke;</li> <li>- Centar za vodene sportove i veslačka staza.</li> </ul>
<p><b>Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije</b></p>	<p>Glavnim planom razvoja turizma od 2013. do 2023. godine područje grada Paga je analizirano u sklopu otoka Paga pod upravom Zadarske županije. Pri tome je analizom atrakcijske osnove otoka Paga ustanovljeno postojanje povoljnih uvjeta za razvijanje i unaprjeđenje ponude ljetno-kupališnog, ribolovnog, lovnog, zdravstvenog, kulturnog, ruralnog i turizma zaštićene prirodne baštine. Područje Paga je u konačnici izdvojeno kao zasebni klaster za kojeg su dana sljedeće smjernice za razvojne projekte koji u sebi uključuju i greenfield i brownfield investicije:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Butik i obiteljski hoteli: 20 objekata sa 1 000 visokokvalitetnih kreveta;</li> <li>2. Obiteljski smještaj: organizacija i konverzija 1.500 kreveta iz tzv. Privatnog smještaja u visokokvalitetne kapacitete „raspršenog hotela“;</li> <li>3. Kamping: 1000 novih smještajnih jedinica u kampovima;</li> <li>3. Muzej i tematsko-interpretacijske centar soli u Pagu;</li> <li>4. Muzej i tematsko-interpretacijske paške ovce i njezinih proizvoda (sir, vuna);</li> <li>5. Muzej i škola paške čipke;</li> <li>6. Biciklističke staze sa pratećim sadržajima (odmorišta, vidikovci);</li> <li>7. Tematske staze (bure, sira, ljekovitog bilja i sl.).</li> </ol>



**Plan prostornog uređenja grada Paga**

Prostornim planom utvrđena su područja i građevine od važnosti za Državu i Županiju (visokog prioriteta), pri čemu su izdvojeni projekti važni za turistički razvoj:

- Aerodrom Pag (potencijalna zračna luka 2c/1A kategorije za međunarodni i lokalni promet),
- Zaštićena kulturna dobra (ruralna naselja, tradicijska arhitektura, sakralni objekti, srednjovjekovni gradovi – povijesna jezgra Paga, arheološke zone),
- Nautički centar, Košljun, kapaciteta 500 vezova,
- Županijska lovišta i uzgajališta divljači
- Morske luke posebne namjene županijskog značaja Pag, Mali Zaton, Šimuni i Košljun,
- Turistička područja kapaciteta preko 1000 korisnika („južna paška rivijera“),
- Planirana lokacija golf igrališta,
- Područja zaštićenih prirodnih vrijednosti razine zaštićenog krajolika i posebnih,
- rezervata (šumski, ornitološki).

Prostornim planom Grada također je definirano da prostori za razvoj ugostiteljsko turističkih sadržaja unutar cjelina naselja (T) uz uvjet da ukupna površina takve namjene iznosi najviše 20% građevinskog područja tog naselja, i da smještajna građevina s pripadajućim zemljištem bude izvan postojećih javnih površina uz obalu.

Međutim, planom su od presudne važnosti za razvoj turizma na području Grada predviđene i zone izvan građevinskog područja naselja, njih čak 22. ukupne površine 360ha i kapaciteta 20.000 ležajeva.

Nadalje, prostornim planom je utvrđeno da na području Grada Paga postoji turistička zona Suha Punta (Šimuni) ukupne površine 24 ha te kapaciteta 3.500 kreveta (T3).

Od važnosti za turizam su planom predviđene i površine za uređenje sportsko-rekreacijskih sadržaja i to: R6 – uređena plaža i R7 – ostali sportsko-rekreacijski sadržaji.

**Tablica 2.4.2. Planirane i postojeće zone ugostiteljsko turističke namjene na području Grada Paga**

Naselje	Lokacija	Vrsta	Površina (ha)	Kapacitet (ležajevi)	Stanje	Vlasništvo <sup>7</sup>	Opremljenost ili blizina infrastrukture <sup>8</sup>
Pag	Kotica	T2	15,00	1.500	planirana	privatno	<b>h</b>
Pag	Bošana	T2	5,00	250	planirana	privatno	<b>h</b>
Pag	Paška rebra 1	T2, T3	40,00	2.000	planirana	privatno	-
Pag	Paška rebra 2 Koprva – istok	T2, T3	15,00	750	planirana	privatno	-
Šimuni	Paška rebra 2 Koprva – zapad	T2, T3	15,00	750	planirana	državno	-
Pag	Paška rebra 2 uvala Tri boka	T2, T3	10,00	500	planirana	državno	-
Pag / Košljun	Paška rebra 3 – istok	T2, T3	30,00	1.500	planirana	privatno	-
Pag	Paška rebra 3 – zapad	T2, T3	50,00	3.000	planirana	?	-

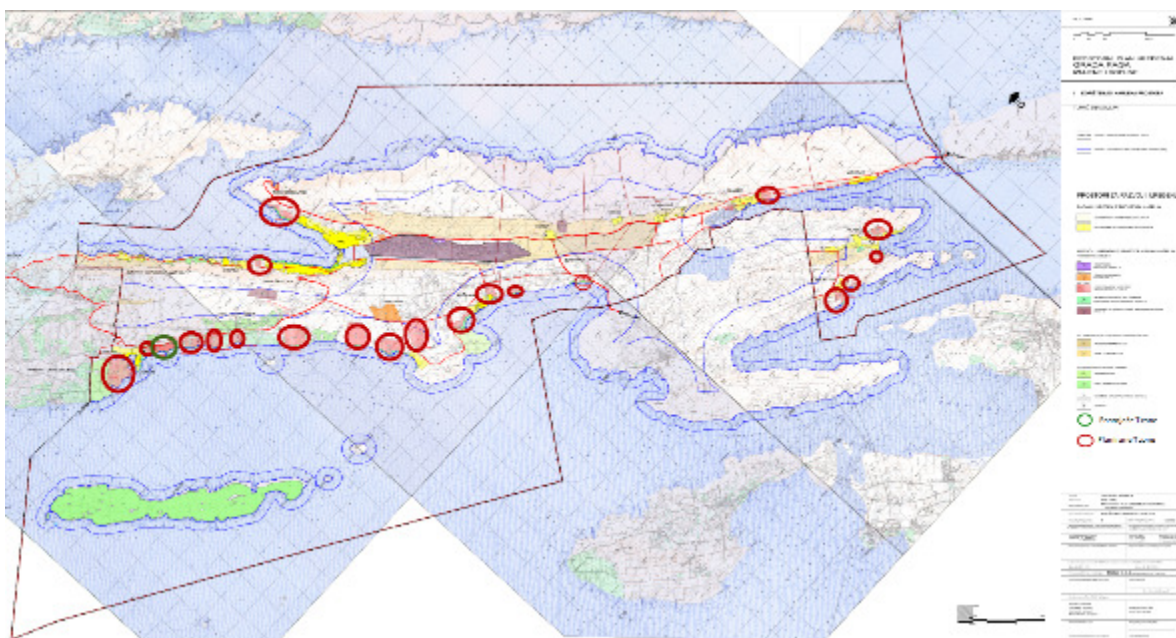
<sup>7</sup> Prema Gradu Pagu

<sup>8</sup> Prema Gradu Pagu

Košljun	Paška rebra 4	T2, T3	40,00	2.000	planirana	?	-
Košljun	Bok	T2	10,00	500	planirana	privatno	-
Košljun	Zameti	T2	10,00	500	planirana	privatno	-
Gorica	Luže	T2	5,00	250	planirana	privatno	-
Gorica	Maletinac	T2	5,00	250	planirana	privatno	-
Šimuni	Dražica	T2	60,00	3.000	planirana	državno	-
Šimuni	Suha punta	T3	20,00	3.000	postojeća	privatno	<b>h</b>
Dinjiška	Moravčići	T2	8,00	400	planirana	?	-
Dinjiška	Magaši	T2	2,00	100	planirana	?	-
Vlašići	Čunji	T2	8,00	400	planirana	državno	-
Vlašići	Stražica	T2	2,00	100	planirana	državno	-
Smokvica	Konjska	T2	8,00	400	planirana	privatno	<b>h</b>
Smokvica	Smokvica	T2	2,00	100	planirana	privatno	-
<b>Ukupno</b>			<b>360,00</b>	<b>20.000</b>			

Izvor PPUG Pag, Izmjene i dopune, 2013.

**Slika 2.4.1. Prostorni raspored planiranih i postojećih zona ugostiteljsko turističke namjene na području Grada Paga**



Izvor. PPUG Pag

#### Prostorni plan Zadarske županije

Županijskim prostornim planom kao jedna od najvažnijih planiranih građevina na području Grada Paga ističe se planirano zračno pristanište (kao i u PPUG-u), no nejasno je razdoblje provedbe, kao i za most koji bi povezivao Pag i otok Vir. U vidu olakšane dostupnosti planom je predviđena i nova spojna cesta državne ceste D306 i županijske ceste Ž6275 kojom će se bolje povezati grad Pag sa županijskim središtem.

U vidu poboljšanja energetske neovisnosti područje Grada Paga je predviđeno kao jedno od područja s najvećim potencijalom izgradnju dodatnih vjetroelektrana. Ranije navedene planirane ugostiteljsko-turističke zone usklađene su sa županijskim planom, međutim, postoji razlika kod planirane zone Paška rebra 3 – zapad, za koju je predviđena površina izgradnje PPŽ-om 65 ha i ukupni kapacitet od čak 5.000 ležajeva, dok je PPUG predvidio kapacitet od 3.000 kreveta i površinu od 50 ha. S obzirom na mogućnost budućeg iskazivanja interesa za izgradnju na ovom području, nužno je usklađivanje prostorno planskih podataka.

## 2.5. Novi projekti u funkciji razvoja turizma

Lokalna i regionalna samouprava u procesu je realizacije te planiranja i pripreme projekata s područja turizma koji imaju potencijal pridonijeti povećanju tržišne prepoznatljivosti Grada Paga te kvaliteti turističke ponude i diversifikaciji proizvoda. Na temelju provedene ankete dobiven je pregled projekata i svojevrsna baza projektnih ideja jedinica lokalne samouprave te županije koja se prikazuje u nastavku.

Ostvarene i planirane investicije u 2016. i 2017.		Planirane javne investicije 2018.-2020.
<b>Uređenje naselja</b>		
<i>Manji projekti uređenja rasvjete, pojedinih objekata, prometnica, hortikulture</i>		
<i>Urbanistički sklopovi (trgovi i sl.)</i>	Uređenje rive i okolnog prostora od Magazina soli do hotela Bellvue	
<b>Kulturno-povijesna baština</b>		
<i>Arheološka nalazišta</i>		
<i>Materijalna baština</i>	Magazini soli	
<i>Parkovna arhitektura</i>		
<i>Zavičajne zbirke, etno kuće, muzeji, kulturno-turistički centri</i>	Obnova i rekonstrukcija magazina soli – postoji prostorno programska studija, u postupku je izbor projekata za 3 magazina	
<i>Ostalo</i>		
<b>Prirodna baština</b>		
<i>Zaštićena područja</i>		
<i>Šumske staze</i>		
<i>Flora i fauna</i>		
<b>Javna turistička infrastruktura i suprastruktura</b>		
<i>Centri (info) za posjetitelje</i>		
<i>Pojedinačni objekti</i>	Lječilišni centar „Lokunja“	
<i>Plaže</i>	Uređenje područja Prosike i Lokunja	
<b>Sportsko-rekreacijski sadržaji</b>		
<i>Sportsko-rekreacijski sadržaji/kompleksi</i>		
<i>Tematske staze</i>		
<i>Pješačko-biciklističke staze</i>	5,5 km biciklističkih staza kod Dinjiške Kartiranje biciklističkih staza na nivou Županije	
<i>Ostalo</i>		
<b>Ostalo</b>		
<i>Ugostiteljstvo (dokumentacija)</i>		
<i>Manifestacije</i>		
<i>Ostale aktivnosti</i>		

**Tablica 2.5.1. Pregled projekata i projektnih ideja do 2020. godine u funkciji razvoja turizma**

<b>Kulturno-povijesna baština</b>	
<i>Kultura života i rada</i>	
<i>Muzeji i izložbe</i>	• Nova galerija Čipke na gradskom trgu sa školom čipkastva
<i>Arheološka nalazišta/ parkovi</i>	• Projekt obnove samostana na Starom gradu – multifunkcionalna cjelina
<i>Posebne lokacije</i>	
<b>Prirodna baština</b>	
<i>Revitalizacija prostora</i>	• Revitalizacija napuštenih bazena solane (kupanje u salamuri)
<i>Flora i fauna</i>	
<b>Javna turistička infrastruktura</b>	
Centri (info) za posjetitelje	
Plaže	• Uređenje glavne gradske plaže • Uređenje plaže ispred hotela Pagus
Pojedinačni objekti	
Tematski parkovi	
Šetnice/tematske/poučne ceste	• Revitalizacija željeznice od solane do grada • Uređenje šetnice od hotela Pagus do centra
<b>Sportsko-rekreacijski sadržaji</b>	
<i>Sportsko-rekreacijski sadržaji/kompleksi</i>	
<i>Pješačko-biciklističke staze</i>	
<b>Ostalo</b>	
<i>Smještajni objekti</i>	• Hotel i vile na području zone Kotica (poznat investitor) u tijeku nove izmjene UPU-a i razrada idejnog projekta • Kamp Šimuni – u izradi novi UPU radi povećanja kapaciteta i razine usluge
<b>Ostale aktivnosti</b>	

Izvor: podaci grad Pag i informacije dobivene na dubinskim intervjuima i fokus grupama s ključnim dionicima razvoja turizma Grada, obrada Institut za turizam

## 2.6. Turistička suprastruktura

U 2015. godini na području grada Paga usluge smještaja pružala su, prema podacima Državnog zavoda za statistiku, 44 smještajna objekta s ukupno 436 soba i 159 apartmana odnosno 1286 mjesta za kampiranje (tablica 2.6.1.). Ukupni smještajni kapacitet ovih objekata je 5.589 osnovnih te 292 pomoćnih postelja. Dodatno, usluge komercijalnog smještaja pruža i 745 domaćinstava s ukupno 6.767 postelja u 1.359 apartmana i 507 soba. Slijedi da u strukturi smještaja dominira obiteljski smještaj s udjelom od 54% u ukupnom broju ležaja, a potom po važnosti dolaze kamp s udjelom od 33%, hoteli (6%), sobe i apartmani u ostalom kolektivnom smještaju (5%), pansioni (2%) te konačno odmaralište za djecu (0,4%) i kampovi u kućanstvima (0,3%).

Na području grada nema registriranih pružatelja usluga ruralnog turizma (Ruralni turizam Hrvatske – Nacionalni katalog, 2015.), iako se primjerice 13 objekata obiteljskog smještaja (pretežito apartmani) s područja grada Paga i Poveljane-Vlašića oglašava na specijaliziranoj tražilici kao seoski turizam (<http://www.otok-pag.hr/smjestaj-na-otoku-pagu>). Pri tome je u širi dijapazon usluga ruralnog turizma moguće uključiti trgovinu s prostorom za degustaciju vina smještenu 4 km od Paga.

Na popisu kategoriziranih objekata Ministarstva turizma (stanje 2.10.2015.; <http://www.mint.hr>) nalazi se 3 hotela s 4 zvjezdice (hoteli Pagus, Park Smokva, Meridijan) s ukupno 185 smještajnih jedinica odnosno 380 postelja (hotel Pagus najveći je hotel na području grada s kapacitetom 117 soba i 236 ležaja), dva hotela s 3 zvjezdice (hoteli Belveder i Biser) s 63 smještajne jedinice i 134 postelje te

jedan hotel s 2 zvjezdice (hotel Tony) s 20 smještajnih jedinica i 59 postelja. Na području grada posluje i hotel Plaža (4\*, 29 soba, 6 apartmana) te više pansiona i sličnih b&b objekata. Većina hotela, posebice onih više kategorije, nude i usluge bazena na otvorenom (Pagus i bazen u zatvorenom), wellness centra kao i salona za konferencije. Ocjena kvalitete odnosno percepcija zadovoljstva gostiju ponudom objekata (tražilica [www.booking.com](http://www.booking.com), stanje 5.5.2016.) kreće se u rasponu od prosječne do vrlo dobre (od maksimalne moguće ocjene 10 jedan objekt ostvario je ocjenu 6,6, dva 7,4, jedan 7,9 te jedan 8,3) pri čemu su općenito najlošije ocijenjeni elementi vezani uz usluge WIFI-a, sadržaje te vrijednost za novac, dok najbolje čistoća, položaj te osoblje.

**Tablica 2.6.1. Komercijalni smještajni kapaciteti grada Paga u 2015. godini (stanje kolovoz)**

	Objekti	Sobe	Apartmani	Kamping mjesta	Stalne postelje	Pomoćne postelje	Kućanstva
<b>Ukupno</b>	<b>44</b>	<b>943</b>	<b>1.518</b>	<b>1.286</b>	<b>11.225</b>	<b>1.423</b>	<b>745</b>
<b>Hoteli i slični smještaj</b>	<b>10</b>	<b>360</b>	<b>34</b>	-	<b>834</b>	<b>194</b>	-
Hoteli	7	289	14	-	642	153	-
Pansioni	3	71	20	-	192	41	-
<b>Odmarališta i sl.</b>	<b>33</b>	<b>583</b>	<b>1.484</b>	-	<b>6.176</b>	<b>1.219</b>	<b>742</b>
Kolektivni smještaj	32	68	125	-	490	88	-
Kućanstva	-	507	1.359	-	5.636	1131	742
Odmarališta za djecu	1	8	-	-	50	-	-
<b>Kampovi</b>	<b>1</b>	-	-	<b>1.286</b>	<b>4.215</b>	<b>10</b>	<b>3</b>
Kampovi	1	-	-	1.265	4.176	10	-
Kućanstva	-	-	-	21	39	-	3

Izvor: podaci Državnog zavoda za statistiku RH

U 2015. godini u djelatnosti smještaja (odjeljak 55 prema NKD 2007.) 7 pravnih i fizičkih osoba obveznika poreza na dobit s ukupno 38 zaposlenih (prema broju sati rada) imalo je sjedište na području Grada (podaci FINA, Registar godišnjih financijskih izvještaja). Ti gospodarski subjekti ostvarili su poslovne prihode u iznosu od 13,5 milijuna kuna, 39,2% više nego u 2014. godini te neto gubitak u iznosu od 674 tisuće kuna. Osim poduzeća sa sjedištem na području grada Paga, za analizu poslovanja tvrtki su djelatnosti smještaja važna je i tvrtka Hoteli Pag d.d. odnosno Kamp Šimuni d.o.o. koja je u 2014. godini ostvarila poslovni prihod u iznosu od 45,3 milijuna kuna (9,2% više nego u prethodnoj godini) te dobit u iznosu od 4,0 milijuna kuna (58,2% više nego u prethodnoj godini). Hotel Pagus (117 soba i 236 ležaja) kao najveći hotel na području Grada posluje od 2016. godine u sklopu poduzeća Ilica Centar d.o.o i za njega nisu javno raspoloživi podaci o poslovanju.

**Tablica 2.5.2. Deset najvećih poduzetnika prema kriteriju ukupnog prihoda sa sjedištem na području grada Paga u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane**

Naziv	Opis djelatnosti	Broj zaposlenih		Ukupan prihod	
		2014.	2015.	2014.	2015.
UO Belveder, vl. Igor Palčić	Hoteli i sličan smještaj	8	12	2.897.365	4.874.265
Meridijan 5 d.o.o.	Hoteli i sličan smještaj	11	12	4.763.648	3.411.641
UO Ljubica, vl. Frane Valentić	Djelatnosti restorana i ost. obj. za pripremu i usluživanje hrane	20	21	2.775.014	2.907.297
Zavičaj d.o.o.	Odmarališta i slični objekti za kraći odmor	5	5	1.881.338	1.777.235
Maržić Vedran	Hoteli i sličan smještaj	5	3	1.471.326	1.699.265
Camping prospere-ritas za trg. i usluge	Kampovi i prostori za kampiranje	0	0	747.621	1.642.922
Saša Hanić	Djelatnosti restorana i ost. obj. za pripremu i usluživanje hrane	2	2	1.077.450	1.281.395
Nullus d.o.o.	Djelatnosti pripreme i usluživanja pića	1	1	387.135	485.381
Kamariž d.o.o.	Odmarališta i slični objekti za kraći odmor	2	5	497.054	545.801



Pag 683 j.d.o.o. za ugostiteljstvo	Djelatnosti restorana i ost. obj. za pripremu i usluživanje hrane	1	1	159.095	227.741
------------------------------------	---	---	---	---------	---------

Izvor: FINA, posebna obrada Registra godišnjih financijskih izvještaja

Posljednjih desetak godina komercijalni smještajni kapacitet Grada stagnira, uz promjene u strukturi prema vrsti kapaciteta (tablica 2.6.3.), raste, naime, udio kampova i hotela dok se udio obiteljskog smještaja smanjuje. U 2005. godini obiteljski smještaj činio je 74% (54% u 2015. godini), kampovi 18% (33% u 2015. godini), a hoteli 3% ukupnog smještajnog kapaciteta (8% u 2015. godini).

**Tablica 2.6.3. Komercijalni smještajni kapaciteti grada Paga od 2001. do 2015. godine prema vrsti (stanje kolovoz)**

	2001.	2005.	2013.	2014.	2015.
Hoteli	367	331	725	795	795
Pansioni	0	97	233	233	233
Kampovi	1.600	2.280	4.251	4.267	4.225
Odmarališta	56	56	51	51	50
Apartmenti i sl.	56	473	720	510	578
Kućanstva (obiteljski smještaj)	7.705	9.286	6.369	6.404	6.767
Ukupno	9.784	12.523	12.349	12.260	12.648

Izvor: podaci Državnog zavoda za statistiku RH

Osim smještaja, karakteristična turistička djelatnost su i priprema te usluživanje hrane i pića te turističko posredovanje. Na području grada u 2015. godini poslovno središte imalo je 6 poduzeća registriranih u NKD 2007. djelatnosti 56 (Priprema te usluživanje hrane i pića) s ukupno 26 zaposlenih prema satima rada (podaci FINA) koja su ostvarila poslovni prihod u iznosu od 4,97 milijuna kuna (11,6% više nego u 2014. godini) i neto dobit u iznosu od 314,9 tisuća kuna (podaci FINA). Prema podacima poslovnog adresara obrta grada Paga (stanje 22.3.2016.) na području grada poslovalo je i više od 100 obrta registriranih na pružanje usluga hrane i pića u širokom spektru ugostiteljskih usluga od restorana i jednostavnijih objekata kao što su pizzerije, konobe, bistroi, slastičarnice, zdravljac do barova i buffeta te čak i ugostiteljskih usluga na klupi. Od ponude restorana i konoba, TZ Paga na svojim je stranicama izdvojila 7 objekata, dok internetska tražilica 'Tripadvisor' na području Grada izdvaja niz visoko ocijenjenih restorana i barova s komentarima koji naglašavaju kako kvalitetu namirnica i uslugu tako i atmosferu te tradicionalnu kuhinju. Među 40 najboljih restorana Dalmacije u 2015. godini (akcija Dobri restorani, <http://dobrahрана.jutarnji.hr/restorani/top-lista/dobri-restorani-2015/>) ne nalazi se niti jedan s područja grada Paga.

Na području Grada djeluje 9 turističkih agencija (<http://www.tzgpag.hr/hr/zanima-me/turisticke-agencije-pag>) koje su usmjerene na 'incoming'/destinacijske usluge iznajmljivanja obiteljskog smještaja te organizaciju/prodaju izleta i različitih sportsko-rekreacijskih usluga, dok su dvije osobe licencirane kao turistički vodiči za grad Pag. Pri Turističkoj zajednici Grada uspostavljen je i turistički info centar koji je 2012. godine proglašen najboljim centrom Zadarske županije zbog opremljenosti, ambijenta te kvalitetnih usluga.

## 2.7. Performanse turističkog sektora

U 2015. godini na području grada Paga ostvareno je 110 tisuća dolazaka i 759 tisuća noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima uz prosječnu duljinu boravka turista od 6,9 noći (tablica 2.7.1.). Glavna emitivna područja su Njemačka koja generira 18,7% noćenja, Slovenija (17,4%), Italija (13,1%), Poljska (9,0%) i Austrija (7,3%). S područja Hrvatske ostvaruje se 59 tisuća noćenja odnosno 7,7% svih noćenja

Grad Pag u 2015. godini ostvario je 8,6% dolazaka i 9,7% noćenja Zadarske županije te 30,9% dolazaka i 31,5% noćenja otoka Paga.

U odnosu na 2014. godinu, Grad bilježi rast noćenja za 3,9%, a dolazaka za 6,1%, pri čemu su noćenja s područja Njemačke smanjena za 1,7%, a Italije za 5%, dok rast bilježe Austrija (9,1%), Slovenija (6,4%) i Poljska (4,5%).

Turistička potražnja izrazito je sezonski distribuirana. Naime, tijekom srpnja i kolovoza 2015. godine ostvareno je 75%, a u razdoblju od lipnja do rujna 94% svih noćenja na području Grada.

**Tablica 2.7.1. Dolasci, prosječna duljina boravka u danima i noćenja prema glavnim emitivnim područjima u gradu Pagu u 2014. i 2015. godini**

	Dolasci	φ duljina boravaka	Noćenja							
			Ukupno	Hrvatska	Njemačka	Slovenija	Italija	Poljska	Austrija	Ostali
2014.	104.129	7,0	731.164	50.229	144.532	123.882	104.932	65.329	50.560	191.700
u %			100,0	6,9	19,8	16,9	14,4	8,9	6,9	26,2
2015.	110.479	6,9	759.453	58.558	142.026	131.769	99.681	68.243	55.147	204.029
u %			100,0	7,7	18,7	17,4	13,1	9,0	7,3	26,9
Stopa promjene	6,1	-2,1	3,9	16,6	-1,7	6,4	-5,0	4,5	9,1	6,4

Izvor: podaci Državnog zavoda za statistiku RH

Sezonalnost potražnje u velikoj je mjeri određena strukturom noćenja prema vrsti smještaja. Hoteli, naime, ostvaruju tek 7%, dok se u kućanstvima/obiteljskom smještaju ostvaruje 48%, a u kampovima 39% svih noćenja (tablice 2.7.2. i 2.7.3.). U 2015. godini najveće povećanje noćenja zabilježili su hoteli (8,3%) pri čemu je broj noćenja domaćih turista povećan za 20,3, a inozemnih za 7,3%, dok su i kućanstva i kampovi ostvarili ispodprosječan rast (3,3% odnosno 3,6%).

**Tablica 2.7.2. Noćenja u gradu Pagu prema vrsti smještajnih kapaciteta i emitivnom području u 2014. i 2015. godini**

	2014.			2015.		
	Noćenja	Udio domaćih, %	Udio stranih, %	Noćenja	Udio domaćih, %	Udio stranih, %
<b>Ukupno</b>	731.164	7	93	759.453	8	92
<b>Hoteli i slični smještaj</b>	66.385	7	93	71.316	7	93
Hoteli	50.677	8	92	54.862	8	92
Pansioni	15.708	3	97	16.454	4	96
<b>Odmarališta i slični smještaj</b>	378.690	8	92	391.757	9	91
Apartmani, odmarališta i sl.	23.022	27	73	24.527	28	72
Kućanstva (obiteljski smještaj)	355.668	7	93	367.230	7	93
<b>Kampovi</b>	286.089	5	95	296.380	7	93

Izvor: podaci Državnog zavoda za statistiku RH

Domaća potražnja relativno je najvažniji je segment za skupinu apartmana i odmarališta u kolektivnim oblicima smještaja u kojima ostvaruje 28% ukupnih noćenja, a najmanje važna za pansionere u kojima bilježi 4% noćenja.

**Tablica 2.7.3. Noćenja u gradu Pagu prema vrsti smještajnih kapaciteta od 2001. do 2015. godine**

	2001.	2005.	2009.	2014.	2015.	φ stopa rasta 2005.-2015.
<b>Ukupno (noćenja)</b>	352.701	578.750	671.707	731.164	759.453	2,8
<b>Hoteli i slični smještaj, udio u %</b>	9,9	6,6	9,3	9,1	9,4	6,5
Hoteli, udio u %	9,9	6,0	7,7	6,9	7,2	4,7
Pansioni, udio u %	0,0	0,6	1,6	2,1	2,2	17,2
<b>Odmarališta i slični smještaj, udio u %</b>	61,3	62,4	55,5	51,8	51,6	0,8
Apartmani, odmara-lišta i sl., udio u %	1,8	3,9	3,2	3,1	3,2	0,9

Kućanstva (obiteljski smještaj) , udio u %	59,6	58,5	52,2	48,6	48,4	0,8
<b>Kampovi , udio u %</b>	<b>28,8</b>	<b>31,0</b>	<b>35,2</b>	<b>39,1</b>	<b>39,0</b>	<b>5,1</b>

Izvor: podaci Državnog zavoda za statistiku RH

U razdoblju od 2001. do 2015. godine ukupan broj noćenja je udvostručen. S prosječnom godišnjom stopom od 6,5% najbrži rast ostvarila je skupina hotela i sličnog smještaja, a slijede kampova s prosječnom stopom rasta od 5,1% (tablica 2.6.3.). Uz relativnu stagnaciju potražnje za skupinom odmarališta koja od 2005. do 2015. godine raste po prosječnoj godišnjoj stopi od 0,8%, takva dinamika rezultirala je promjenom strukture noćenja prema vrsti smještaja. Iako tijekom cijelog analiziranog razdoblja smještaj u kućanstvima (obiteljski smještaj) ima dominantnu ulogu, udio hotela i sličnog smještaja u ukupnim noćenjima povećan sa 6,6% u 2005. godini na 9,4% u 2015. godini, a kampova s 31% na 39%, dok je udio kućanstava (obiteljski smještaj) smanjen s 58,5% na 48,4%.

Mjesta Pag i Šimuni najvažnija su turistička odredišta Grada (tablica 2.7.4.). Na području Paga ostvaruje se ukupno 46% noćenja Grada od čega u kućanstvima 77% te hotelima 16%, a na području Šimuna 43% noćenja Grada, pretežito u kampu. Tijekom 2015. godine od značajnijih turističkih odredišta najveći porast noćenja u odnosu na 2014. godinu zabilježili su Šimuni (rast 4,7%) i Vlačići (4,5%), dok je broj noćenja u Pagu povećan 2,3%.

Najmanji udio domaćih turista ostvaruju Vlačići i Bošana (po 4%), a potom Šimuni (6%), a najveći Dinjiška (21%).

**Tablica 2.7.4. Noćenja u gradu Pagu prema vrsti smještajnih kapaciteta u 2014. i 2015. godini prema naseljima i emitivnom području**

	2014.			2015.		
	Noćenja	Udio domaćih, %	Udio stranih, %	Noćenja	Udio domaćih, %	Udio stranih, %
<b>Grad Pag</b>	<b>731.164</b>	<b>7</b>	<b>93</b>	<b>759.453</b>	<b>8</b>	<b>92</b>
Pag	340.659	9	91	348.513	9	91
Šimuni	313.203	5	95	327.900	6	94
Vlačići	29.158	4	96	30.476	4	96
Bošana	17.104	5	95	17.727	4	96
Košljun	13.525	9	91	15.122	9	91
Dinjiška	11.162	19	81	12.611	21	79
Miškovići	3.581	10	90	4.070	8	92
Gorica i Smokvica	2.772	8	92	3.034	10	90

Izvor: podaci Državnog zavoda za statistiku RH

Grad Pag ne raspolaže analizama motiva dolaska, aktivnosti i zadovoljstva te potrošnje turista. No, donekle indikativne spoznaje o ovim obilježjima pružaju raspoloživa istraživanja na županijskoj razini. Istraživanje TOMAS Ljetni turizam u 2014. godini (Institut za turizam, 2015.) pokazalo je da je glavni motiv dolaska turista na područje Zadarske županije pasivni odmor (65,5%), zabava (44,2%) te nova iskustva i doživljaji (25,3%). Prema učestalosti dolaska u turističko mjesto, posjetitelji županije izrazito su vjerni, naime, najbrojnija skupina je skupina turista koji su u turističkom mjestu bili do 5 puta (34,9%). Gotovo svi turisti bavili su se plivanjem i kupanjem, odlaskom u slastičarnice, kafiće i restorane, 72% posjetitelja hodalo je prirodom dok je znamenitosti razgledavalo 73% posjetitelja. Najviši stupanj zadovoljstva posjetitelji izražavaju prema ljepoti prirode i krajolika kao i pogodnostima za provođenje obiteljskog odmora.

Turisti koji su u Zadarskoj županiji boravili u komercijalnim smještajnim kapacitetima ostvarili su prosječnu dnevnu potrošnju od 78 eura (17,5% više u odnosu na prosjek Hrvatske), pri čemu je 43% potrošnje bilo vezano uz troškove smještaja, 18% uz hranu u restoranima i barovima, 20% uz usluge



trgovine te 8% za zabave. Na usluge kulture, sporta i rekreacije, izleta te ostale izdatke turisti su prosječno izdvajali 11% prosječnih dnevnih izdataka.

## 2.7. Turistička promocija i informacije<sup>9</sup>

### Vizualni identitet

Turistički vizualni identitet Grada Paga obuhvaća logotip s nazivom grada i znakom koji asocira na čipku. U logotipu se koriste plava i žuta boja. Odabirom UNESCO zaštićene čipke za motiv znaka, Pag se u turističkoj komunikaciji predstavlja svojim najjačim kulturnim atributom, dok odabir boja prenosi 'sunce i more' karakter destinacije. Vizualni identitet ne uključuje promocijski slogan.



Logotipom se koristi Turistička zajednica Grada, isti se tek sporadično aplicira na promocijske materijale drugih ponuđača turističkih usluga u Gradu te nema funkciju krovnog turističkog znaka destinacije. Svojom dizajnom doima se zastario. U tijeku je izrada novog turističkog logotipa Grada.

### Tiskani materijali

Grad Pag raspolaže s vrlo ograničenom ponudom tiskanih materijala namijenjenih promociji destinacije ili informiranju turista u destinaciji. Dostupni su:

- **Imidž brošura** Grada tematski je organizirana i pretežito slikovnim materijalom prikazuje ponudu kulture, tradicije, gastronomije, plaža, noćnog života i zabave, sporta i rekreacije, zatim smještajnu i ponudu izleta te daje opće turističke informacije. Iako se primarno odnosi na Grad Pag, u dijelu o plažama i noćnom životu prikazuje se ponuda otoka Paga u cjelini. Izostaje snažnji naglasak na diferencirajućim specifičnostima Grada Paga, a naročito na UNESCO statusu paške čipke čime je propuštena izgradnja dojmljivog imidža destinacije.
- **Plan Grada i otoka Paga** tiskan u A4 formatu daje pregled glavnih atrakcija te locira turističke sadržaje. Posebno su istaknute plaže i biciklističke rute. Format plana je praktičan za česti *re-print* i široku distribuciju, odnosno iz perspektive turista za lako nošenje, iako omogućuje samo osnovno snalaženje u prostoru.
- **Deplijan s biciklističkim rutama otoka Paga** nudi informacije o 14 otočkih ruta, uključujući opis profila i težine rute, sadržaja na svakoj ruti te kratki prikaz najvažnijih otočkih naselja. Format deplijana je praktičan za češći *re-print* i širu distribuciju, odnosno iz perspektive turista za lako nošenje, iako omogućuje samo osnovno snalaženje u prostoru.

### Internet stranice

Internet stranice TZ Grada Paga nalaze se na adresi [www.tzgpag.hr](http://www.tzgpag.hr). Dostupne su u pet jezičnih varijanti (Hrvatski, Engleski, Njemački, Talijanski i Poljski), prisutne na društvenim mrežama Facebook i YouTube te su prilagođene za korištenje na mobilnim uređajima. Stranice su visoko pozicionirane na Google pretraživaču i brzo se otvaraju na fiksnim i mobilnim uređajima. Iako turističke destinacije danas sve više koriste gostima lako razumljiva i pamtljiva imena domena koja tipično uključuju riječi 'visit' ili 'tourism', ovdje to nije slučaj.

Dizajn stranica je jednostavan, s pregledno postavljenim izbornicima i dobrim korištenjem fotografija. Navigacija je lagana. Organizacija sadržaja u nekoliko nizova izbornika je, međutim, komplicirana i za

<sup>9</sup> Izvori: (1) Tiskani promocijski materijali raspoloživi u TZ Grada Paga; (2) Internet stranice [www.tzgpag.hr](http://www.tzgpag.hr);

gosta zbunjujuća ne ulijevajući povjerenje da je na jednom mjestu dobivena potpuna informacija. Tome dodatno pridonosi i mjestimično ponavljanje istog sadržaja kroz više izbornika (npr. izbornici 'Posebnosti' i 'Zanimljivosti'). Na naslovnoj stranici također je primjetna pomiješanost sadržaja namijenjenog gostima i onog za internu javnost (npr. javni pozivi, vijesti iz turističkog ureda i sl.) što predstavlja distrakciju za obje publike. Sadržaj za medije (npr. 'Press kutak') nije ponuđen.

Stranice su sadržajno bogate, uključujući linkove na ponuđače različitih usluga (npr. smještaj, ugostiteljstvo) i druge subjekte od interesa (npr. Paška sirana, Solana Pag) te na interaktivne karte i 'Live cam' ili '360 Panorama' prikaze. Tekstovi su za ovaj medij primjereno kratki, informativni i jednostavno pisani. Uz opise nedostaju, međutim, praktične informacije poput 'top atrakcije' (npr. pet sadržaja koje se moraju vidjeti), 'što raditi' (npr. s djecom, za kišnog vremena, prijedlozi obilaska povijesne jezgre), 'gdje vidjeti' ili 'gdje kupiti' (npr. pašku čipku, paški sir) kao i informacije o radnom vremenu ili cijeni ulaznica, odnosno informacije koje bi olakšale snalaženje i kretanje gostiju te potaknule kupnju. Paška čipka, kao vrhunski kulturni sadržaj Grada Paga i UNESCO baština, nije dovoljno istaknuta.

## Turistički informacijski centar (TIC)

Turistički informacijski centar Grada Paga primjereno je smješten u središtu Grada, odnosno u povijesnoj gradskoj jezgri. Centar nudi osnovne informacijske materijale i usluge za posjetitelje. Prije nekoliko godina (2012.) proglašen je najuređenijim i najbolje opremljenim TIC-om u Zadarskoj županiji. Njegova lokacija uvjetuje međutim raspoloživost prostora i mogućnost širenja, a time i ograničava više poželjnih funkcija TIC-a kao što su savjetodavne usluge, interpretacijski i izložbeni sadržaji, suvenirnica, ugostiteljski punkt te laka dostupnost kako pješacima tako i automobilom.

## Turistička signalizacija i interpretacija



Izvor: Institut za turizam, Obilazak Grada Paga, svibanj 2016.

Turistička signalizacija provedena je u osnovnoj mjeri na području cijelog Grada Paga. Smeđom signalizacijom obilježene su postojeće tematske ceste i kulturne znamenitosti, dok su najvažniji spomenici kulture u povijesnoj gradskoj jezgri obilježeni i dodatnim, zasebnim tablama (na tabli za Galeriju paške čipke nije naznačen UNESCO status čipke). Oznake su na hrvatskom i engleskom jeziku. Određen broj postojećih smeđih tabli je izbljedio i zastario. Turističke interpretacije u obliku tabli s dodatnim tekstualnim i slikovnim informacijama o pojedinim atrakcijama gotovo u potpunosti izostaje. Jedina je iznimka lokalitet starog grada Paga pri čemu su ponuđene informacije rudimentarne.

## Prepoznatljivost i imidž Grada Paga kao turističke destinacije

Iako prepoznatljivost i imidž Grada Paga nisu istraživani, moguće je ustvrditi da se Pag (otok i grad) na domaćem turističkom tržištu jasno identificiraju s nekoliko atributa, prije svega s čipkom, soli, sirom i janjetinom. Realno je, nadalje, pretpostaviti da 'paški sir' i 'paška sol' kao jaki regionalni prehrambeni brendovi pridonose prepoznatljivosti otoka i na bližim inozemnim tržištima (npr. Slovenija, BiH, Srbija), dok 'paška čipka' kao UNESCO nematerijalna baština afirmira Pag među

određenim za kulturu i etnografiju zainteresiranim segmentima. Ipak, s obzirom da razina prepoznatljivosti i snaga imidža destinacija slabe s geografskom udaljenosti, ne(pre)poznavanje 'otoka Paga' i 'Grada Paga' na daljim europskim tržištima ne treba iznenaditi.

## 3. Analiza tržišta

### 3.1. Kvantitativni trendovi i prognoze<sup>10</sup>

Globalna turistička aktivnost pokazuje kontinuiran trend rasta. Prema podacima Svjetske turističke organizacije (UNWTO), u svijetu je u 2015. godini zabilježeno 1,2 milijarde međunarodnih dolazaka što predstavlja rast od 4,4% u odnosu na prethodnu godinu. Najviši udio međunarodnih dolazaka ostvaruje se u Europi (51%), odnosno u mikro-regiji Južna Europa-Mediteran (19%) u koju je prema regionalizaciji UNWTO-a uključena i Hrvatska.

Kratkoročne prognoze UNWTO-a za 2016. godinu predviđaju daljnji rast međunarodnog turizma i to oko 4% na globalnoj razini i između 3,5% i 4,5% u Europi. Gledano na dugi rok do 2030. godine, UNWTO procjenjuje globalni rast po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,3%, dok se u Europi predviđa nešto sporiji rast na razini 2,3% godišnje. Očekuje se smanjivanje tržišnog udjela Europe koji se u 2030. godini prognozira na 41% ukupnih međunarodnih dolazaka, pri čemu će saturacija turističke aktivnosti i dalje ostati najviša u Zapadnoj i Južnoj Europi. Smatra se da će odmor i rekreacija i dalje biti dominantan motiv putovanja, ali će uslijed visokog rasta potražnje s dalekih tržišta, pogotovo iz Kine i SAD-a, rasti udio avionskog prijevoza.

Projekcije turističkih kretanja u Hrvatskoj do 2025. godine ukazuju na potencijal rasta noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima po godišnjoj stopi od 4,2%.

### 3.2. Kvalitativni trendovi<sup>11</sup>

Dugoročan rast turističke aktivnosti praćen je nizom promjena u globalnom političkom, gospodarskom i, posebice, društvenom i tehnološkom okruženju bitno mijenjajući prirodu turizma. Proces globalizacije, 'seljenje' gospodarske moći na istok, sve veći pritisci na okoliš i njegova ozbiljna degradacija, galopirajući razvoj tehnologije koji suštinski mijenja odnose snaga stavljajući kupca u 'poziciju moći' te proces tranzicije razvijenih zapadnih zemalja ka post-materijalističkim vrijednostima društva doživljaja implicirajući i vrijednosni pomak od 'imati' ka 'činiti' i 'doživjeti' oblikuju nove obrasce ponašanja koje je moguće prepoznati u svim ključnim odrednicama turističkog tržišta: potražnji, ponudi, marketingu i upravljanju.

Kretanja u domeni turističke potražnje ukazuju prije svega na procese segmentacije tržišta na brojne različite skupine kupaca uvjetovane, primjerice, fazama životnog ciklusa (npr. danas visok udio 50+ generacije), stilom života (npr. *LOHAS*, *DINK*<sup>12</sup>) ili interesima (npr. biciklisti, kulturnjaci). Općenito, međutim, riječ je o sve iskusnijim putnicima, aktivnim korisnicima suvremenih komunikacijskih tehnologija, informiranim i kritičnim, okolišno osviještenim, zainteresiranim za lokalni identitet, s težnjom prema širokom lancu zabavno-obrazovnih sadržaja visoke vrijednosti za novac. Turistička ponuda prilagođava se takvom 'novom kupcu' kroz snažnu diversifikaciju sadržaja i usluga, odnosno njihovom integracijom u kompleksne turističke doživljaje, kako bi bili što usklađeniji s potrebama

<sup>10</sup> Izvori: (1) UNWTO, (2016), World Tourism Barometer, Madrid; (2) UNWTO (2011) Tourism Towards 2030, Madrid; (3) Ministarstvo turizma RH (2013) Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine, Zagreb

<sup>11</sup> Izvori: (1) Wilson, K., Adams, E., Poon, A. (2012) The Paradigm Shift in Travel and Tourism, Tourism Intelligence International; (2) Dwyer, L. et al (2008) Megatrends Underpinning Tourism to 2020: Analysis of Key Drivers for Change, CRC for Sustainable Tourism, Queensland

<sup>12</sup> *LOHAS* – Lifestyle of health and sustainability (životni stil zdravlja i održivosti); *DINK* – Double income, no kids (dvostruka primanja u kućanstvu bez djece)

različitih segmenata. Odgovarajući na nove društvene vrijednosti uvjetovane procesima globalizacije te pritiscima na okoliš, nezaobilazan element turističke ponude postaju primjena načela i procedura 'zelene prakse' na razini destinacija i pojedinih objekata kao i posvećivanje sve veće pažnje poštivanju specifične 'slike' i 'duha' lokalne zajednice u oblikovanju prostora i kreiranju ponude.

**Slika 3.2.1. Kvalitativne promjene turističkog tržišta**



Izvor: Institut za turizam

Ovo je kontekst u kojem se marketinške aktivnosti usmjeravaju u dva glavna, paralelna smjera. Jedan podrazumijeva njegovanje destinacijskog brenda i nastojanje etabliranja prepoznatljivog i poželjnog imidža turističkih odredišta. Drugi se, pak, odnosi na usmjerenje prema ciljanju potencijalnih kupaca u čemu značajnu ulogu igra Internet marketing omogućavajući 'krojenje' ponude i cijena prema zahtjevima čak i vrlo malih tržišnih niša. Upravljanje turizmom ulazi u fokus svih razvojnih dionika pri čemu održivost i dugoročan vremenski horizont postaju temeljne razvojne premise, a partnerstvo i umrežavanje te certificiranje kvalitete ključni mehanizmi učinkovitog destinacijskog menadžmenta.

### 3.3. Ključna obilježja potrošačkih segmenata i turističkih proizvoda od značaja za Grad Pag<sup>13</sup>

Visoka segmentacija tržišta pruža destinacijama priliku za razvoj diversificirane strukture turističkih proizvoda, a time i poslovanje tijekom većeg dijela godine. Uz 'odmor na suncu i moru' kao i dalje globalno dominirajući turistički proizvod, danas se naročito brzo razvijaju proizvodi iz domena aktivnog odmora, kulture i zdravlja te su to i skupine proizvoda na koje se Hrvatska primarno orijentira nacionalnom *Strategijom razvoja turizma do 2020.* U nastavku se daje kratak pregled ključnih obilježja nekoliko proizvoda 'u trendu' koji slijedom postojeće resursno-atraksijske osnove, usvojenih strateških planova i stavova lokalnih dionika predstavljaju perspektivni proizvodni portfelj Grada Paga:

**Odmor na suncu i moru**

**Obilježja potražnje:** Tijekom ljeta i školskih praznika dominiraju obitelji s djecom, cjenovno osjetljivi i izrazito orijentirani na potrebe djece; izvan sezone mlađi (26-35) i naročito stariji (50+) parovi.

**Ključni faktori uspjeha destinacije:** Dostupnost, atraktivnost mjesta, uređenost plaža i čistoća mora, sadržaji za djecu uključivo prilagođen smještaj, prateća ponuda (ugostiteljstvo, rekreacija, zabava, kultura).

<sup>13</sup> Izvor: (1) Ministarstvo turizma RH (2013) Strategija razvoja turizma RH do 2020., Zagreb; (2) Institut za turizam (2012) Glavni plan i strategija razvoja turizma RH, Izvještaj 9. Marketing koncepcija turističkog razvoja, Zagreb

	<p><b>Očekivana kretanja:</b> Iako osjetljiv na gospodarske prilike prognozira se daljnji rast te će i dalje predstavljati vodeći proizvod u Hrvatskoj. Visoka konkurencija i rastuća sofisticiranost kupaca utjecat će na sve raznolikiju ponudu, a važnost brendiranja i okolišne odgovornosti u destinaciji će rasti.</p>
<p><b>Kulturni turizam</b> Gradski turizam Eno-gastronomija 'Kultura života i rada' Manifestacije</p>	<p><b>Obilježja potražnje:</b> Heterogen skup iako dominiraju stariji (50+) parovi; pretežito iz urbanih sredina, profesionalnih zanimanja, više platežne moći. <b>Ključni faktori uspjeha destinacije:</b> Uređenost destinacije, očuvane povijesne znamenitosti i tradicijska obilježja, edukativno-zabavna prezentacija i interpretacija kulturne baštine, kvalitetni smještajni i ugostiteljski objekti 'sa šarmom', suveniri temeljeni na lokalnom identitetu. <b>Očekivana kretanja:</b> Snažan i stabilan rast uvjetovan demografskim kretanjima na glavnim emitivnim tržištima i interesima velikih, dalekih tržišta (npr. azijske zemlje, SAD i Kanada). Rast interesa za aktivnije uključivanje u lokalnu kulturu i zajednicu, odnosno pomak od <i>sightseeing-a</i> ka <i>lifeseeing-u</i> (npr. tečajevi lokalne kuhinje, izrada sira, gradnja suhozida).</p>
<p><b>Sport i rekreacija</b> Biciklizam Pješačenje/trekking Ronjenje Adrenalinski sportovi</p>	<p><b>Obilježja potražnje:</b> Pojedinci i klubovi, od rekreativaca do pasioniranih korisnika, sve dobne skupine; pretežito iz urbanih sredina, profesionalnih zanimanja, više platežne moći, orijentirani na 'zdrav život', ekološki osviješteni. <b>Ključni faktori uspjeha destinacije:</b> Ljepota i očuvanost prirode, sigurnost i suvremena opremljenost staza/lokaliteta, prilagođen smještaj, prateća ponuda (ugostiteljstvo, rekreacija, zabava, kultura). <b>Očekivana kretanja:</b> Daljnji rast potražnje podržan rastućom potrebom za brigom o vlastitom zdravlju. Područje inovacije su 'kombinirani' proizvodi, primjerice aktivnog odmora i gastronomije (npr. gastro ture biciklom). Rast će proizlaziti i iz razvoja novih proizvoda namijenjenih nišnim segmentima poput ekstremnih avanturista ili osoba s invaliditetom.</p>
<p><b>Nautički turizam</b> Jahting</p>	<p><b>Obilježja potražnje:</b> Pojedinci, pretežito rekreativci, pretežito 30+ godina, iz urbanih sredina, profesionalnih zanimanja, više platežne moći, ekološki osviješteni. <b>Ključni faktori uspjeha destinacije:</b> Atraktivnost i očuvanost akvatorija, raspoloživost i kvaliteta marina, luka i/ili uređenih sidrišta, kvalitetna ugostiteljska ponuda, destinacije 'sa šarmom'. <b>Očekivana kretanja:</b> Daljnji rast potražnje, prilagođavanje rastućem 50+ segmentu kroz, primjerice, kombiniranje boravka na moru i kopnu (<i>stay&amp;sail</i> aranžmani), rast potražnje za većim plovilima te proširenje marina za prihvat većih (12+m) i mega (20+m) jahti, rast okolišne odgovornosti u poslovanju (npr. 'čiste tehnologije' za brodske motore, propisi u izgradnji i uređenju marina).</p>
<p><b>Zdravstveni turizam</b> Wellness Lječilišni turizam Medicinski turizam</p>	<p><b>Obilježja potražnje:</b> Pojedinci pretežito 30+ godina, iznadprosječan udio žena, višeg obrazovanja, više platežne moći. <b>Ključni faktori uspjeha destinacije:</b> Uređenost i kompatibilan razvoj destinacije, kvaliteta specijaliziranih centara i usluga, prateća ponuda (ugostiteljstvo, rekreacija, zabava, kultura). <b>Očekivana kretanja:</b> Snažan daljnji rast potražnje uvjetovan široko prisutnim interesom za 'zdravim životom' i zdravstvenom prevencijom (od strane pojedinaca, ali i postaje politika tvrtki i osiguravajućih društava). Naročito rastu programi 'promjene životnog stila' (npr. upravljanje stresom, zdrava prehrana). Rastuća orijentacija i ka konceptima 'autentično', 'zeleno',</p>



	'holističko', primjena 'lokalnih sastojaka', ali i kombinacija medicinskih tradicija.
<b>Ekoturizam</b> Boravak u zaštićenim prirodnim područjima Promatranje ptica	<b>Obilježja potražnje:</b> Sve dobne skupine, pretežito iz urbanih sredina, izrazito ekološki svjesni, izraziti interes i preferencije za 'sve lokalno', visoko motivirani učenjem. <b>Ključni faktori uspjeha destinacije:</b> Očuvani prirodni krajolik, ambijentalna autentičnost, poštivanje prihvatnog kapaciteta zaštićenih područja, 'zelena' praksa u destinaciji i objektima, 'lokalni lanac vrijednosti', infrastruktura za promatranje ptica, stručni vodiči, interpretacijski centar. <b>Očekivana kretanja:</b> S obzirom na izražen trend rastuće ekološke i društvene osjetljivosti, posebice među mlađim, nadolazećim generacijama potrošača, prognozira se snažan rast.
<b>Ruralni turizam</b> Boravak na seoskom domaćinstvu Boravak u ruralnom ambijentu	<b>Obilježja potražnje:</b> Dominiraju obitelji s djecom, iz urbanih sredina, profesionalnih zanimanja, zainteresirani za 'miran tradicionalan život'. <b>Ključni faktori uspjeha destinacije:</b> Očuvan prirodni krajolik, autentičan ambijent, uređenje objekata s visokim 'osjećajem za mjesto', 'domaća' gastronomija, mogućnost sudjelovanja u uobičajenim seoskim aktivnostima (npr. berbe, gastro radionice), prateća ponuda (rekreacija, zabava, kultura). <b>Očekivana kretanja:</b> Daljnji rast potražnje privučene autentičnim ruralnim ambijentima. Daljnje prilagođavanje ponude suvremenoj potražnji kroz uvođenje certifikata kvalitete i edukaciju ponuđača.
<b>Poslovni turizam</b> Manji skupovi Team-building	<b>Obilježja potražnje:</b> Tvrtke, udruženja, NGO, pod utjecajem post-recesijske 'kulture štednje'. <b>Ključni faktori uspjeha destinacije:</b> Atraktivnost i imidž, dostupnost, kvaliteta prostora za skupove, kvaliteta smještaja i ugostiteljske ponude, brzi Internet i široko prisutan besplatan WiFi. <b>Očekivana kretanja:</b> Oporavak potražnje nakon izlaska iz recesije, skraćenje boravka, biranje bližih destinacija, kontrola troškova kroz 'limite' na potrošnju.

### 3.4. Benchmark analiza

Raznolikost destinacija u modernoj turističkoj ponudi, omogućuje nam analizu primjera dobre prakse razvoja proizvoda baziranih na specifičnostima pojedinih destinacija. S obzirom da je Grad Pag član udruženja Europskih povijesnih gradova,, analizirani su primjeri gradova koji su članovi istog udruženja. Destinacije su izabrane na temelju sličnosti glavnih atributa, pri čemu su izdvojeni:

1. Chantilly, Francuska – mjesto nastanka poznate chantilly čipke
2. Trapani, Italija – destinacija poznata po velikoj solani
3. Gouda, Nizozemska – mjesto nastanka poznatog Gouda sira
4. Kells, Irska – poznato povijesno središte.

Iz analiziranih primjera vidljiva je važnost integracije postojeće baštine sa tematiziranim proizvodima koji čine okosnicu kako doživljaja, tako i vizualnog identiteta. Tako na primjeru Chantillya vidimo da i različite druge djelatnosti (gastronomija, kozmetička industrija) usvajaju dominantni element čipke, te time naglašavaju njenu važnost i povećavaju vidljivost. Slično, u gradu Goudi većina manifestacija u sebi sadržava glavnu odrednicu destinacije, sir, koji je istovremeno i međunarodno prepoznati brand. Interaktivnost interpretacije kroz manifestacije, tematske ture, gastronomsku ponudu, ali i osmišljanje muzejske prostora na jednostavan i nenametljiv način proteže primarnu atrakciju, koja se nadopunjava s ostalim oblicima ponude (rekreacijom i slično).

## Chantilly, Francuska



<b>Opća obilježja</b>	Povijesni grad smješten u regiji Valois (38km od Pariza) 11 tisuća stanovnika (2012.).	
<b>Pozicioniranje</b>	Grad umjetnosti i povijesti; Vrhunac Francuske kulturne baštine	
<b>Elementi diferencijacije</b>	Chantilly čipka, chantilly porculan, Château de Chantilly s francuskim vrtovima na 115 hektara, Konji i jahački showovi.	
<b>Važna događanja/manifestacije</b>	Flower show Konjički performansi i showovi	
<b>Turistička ponuda</b>	<b>Smještaj</b>	12 hotela <sup>14</sup> (1. hotel 5*, 4. hotela 4*, 6. hotela 3*, 1 hotel 2*) 17 B&B; 4 kampa
	<b>Hrana i piće</b>	Velik broj restorana s tradicijskom kuhinjom visoke kvalitete. Ističe se i velik broj tematskih kafića koji čine zanimljivu dnevnu ponudu orijentiranu na tople napitke i snackove. S obzirom da je grad poznati i po Chantilly kremi, većina objekata je nudi u svojoj ponudi, a česti su i dekorativni elementi čipke.
	<b>Kultura</b>	Chantilly čipka – jedinstvena crna čipka, Muzej čipke, Dvorac Chantilly, Muzej Conde – najpoznatiji muzej iz Louvra, Muzej konja, Najveće staje za konje u Europi, Francuski vrtovi Chantillya, Engleski, Anglo-kineski vrt
	<b>Rekreacija i sport</b>	Hipodrom Chantilly Park-šuma za rekreaciju Golf tereni
	<b>Tematske staze</b>	Tura kraljevskog dvorca Tura vrtova
	<b>Info/Interpretacijski centar</b>	Škola čipke (za profesionalne čipkarice) Dva info centra (jedan u gradu, drugi uz dvorac)
	<b>Cjenovna pozicija smještaja</b>	Hoteli 4* - 100-180€ ( Privatni smještaj – prosječna cijena 97€ <sup>15</sup>
	<b>Glavna emitivna tržišta</b>	85 % domaći gosti, 15% susjedna strana tržišta
	<b>Ciljni segmenti</b>	1)Parovi; 2) Obitelji s djecom, 3) Zaljubljenici u jahanje, 4) Poslovni gosti, 5) Gosti više platežne moći, 6)Izletnici s područja Pariza
<b>Teme promocije</b>	Dvorac, konji, povijest. Gastronomija, priroda, kultura	

<sup>14</sup> Za jedno noćenje na datum 15.8. 2016. prema <http://www.booking.com> (31.05.2015.);

<sup>15</sup> Za jedno noćenje (cijeli stan) na datum 15.8.2016, prema <https://www.airbnb.com/>



## Trapani, Italija



	<b>Opća obilježja</b>	Povijesni grad na zapadnoj obali Sicilije, stotinjak kilometara od Palerma. 69 tisuća stanovnika (2013.).
	<b>Pozicioniranje</b>	Grad soli pun povijesti.
	<b>Elementi diferencijacije</b>	Solana, bogata povijest, žičare, vidikovci.
	<b>Važna događanja/manifestacije</b>	Dani soli – prezentacije skupljana soli Stragusto – međunarodni festival ulične hrane Brojni vjerski festivali
<b>Turistička ponuda</b>	<b>Smještaj</b>	9 hotela (3 sa 4*, 2 sa 3*, 1 sa 2* i 2 sa 1*) <sup>16</sup> 14 agroturističkih smještajnih objekata Ukupno 1758 ležajeva <sup>17</sup>
	<b>Hrana i piće</b>	Vrlo raznolika ponuda restorana tradicionalne talijanske (sicilijanske) hrane, s preko 300 različitih ugostiteljskih objekata. Uz gastronomiju, visoka je kvaliteta ponude lokalnih vina. Naglasak: riblja jela te jelima pripravljenima s različitim vrstama soli.
	<b>Kultura</b>	Muzej Soli, Svjetionik iz 17. st. –arheološki muzej, utvrda Colombaia Utvrda Lazzareto, palača D'alim, katedrala sv. Lorenza, ribarska tržnica, muzej Prepoli, Prirodni rezervat Saline di Trapani
	<b>Rekreacija i sport</b>	Plaža Sv. Margerita
	<b>Tematske staze</b>	Žičara na utvrdu Erica, brojne brodske izletničke ture, tura tržnice i lokalne hrane.
	<b>Info/Interpretacijski centar</b>	Ture autobusom otvorenog krova (open top bus) <sup>18</sup> , Informativni centar Trapani, Vinoteka Fiorio – interpretacija i kušanje lokalnih vina i hrane
	<b>Cjenovna pozicija smještaja</b>	Hoteli 4* -od 120 do 216 € <sup>19</sup> Prosječna cijena privatnog smještaja 86€ <sup>20</sup>
	<b>Broj noćenja</b>	214.400 (2012) <sup>21</sup>
	<b>Potražnja</b>	Glavna emitivna tržišta 53% domaći turisti 47 % inozemni gosti (Nijemci, Francuzi Britanci, Nizozemci)
	<b>Ciljni segmenti</b>	1)Gosti zainteresirani za kulturu; 2) Obitelji s djecom, 3) Odmorišni gosti
	<b>Teme promocije</b>	Hrana, sol, povijesna baština

<sup>16</sup> <http://www.trapaniwelcome.it/dormire-Hotel-TRAPANI-en.html>

<sup>17</sup> <http://www.provincia.trapani.it/Sito/servizi/Avvisi/doc/report%202012.pdf>

<sup>18</sup> <http://www.thetrapaniexperience.it/open-top-bus-tour-trapani/>

<sup>19</sup> <sup>19</sup> Za jedno noćenje na datum 15.8. 2016. prema <http://www.booking.com> (31.05.2015.);

<sup>20</sup> Za jedno noćenje (cijeli stan) datum 15.8.2016, prema <https://www.airbnb.com/>

<sup>21</sup> <http://www.provincia.trapani.it/Sito/servizi/Avvisi/doc/report%202012.pdf>

Gouda, Nizozemska



<b>Opća obilježja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Povijesni grad u južnoj Nizozemskoj, 20km od Rotterdama</li> <li>70 tisuća stanovnika (2014.).</li> </ul>	
<b>Pozicioniranje</b>	Grad sira i gouda stakla.	
<b>Elementi diferencijacije</b>	Gouda sir, gotička gradska vijećnica, rodni grad Erasmusa, obrti (keramika, svijeće, wafli, sir, lule, pivo)	
<b>Važna događanja/manifestacije</b>	Gouda Cheese & Craft Market – tradicijska prodaja svaki četvrtak; Gouda Ceramics Days – dvodnevna manifestacija (umjetnici keramičari); Kaarsjesavond- (noć svijeća)- paljenje lokalno proizvedenih svijeća (gasi se električna rasvjeta te održavaju božićni koncerti)	
<b>Turistička ponuda</b>	<b>Smještaj</b>	8 kampova (mali kampovi u prirodi); 3 hotela (jedan 4*, dva 3*); 15 B&B objekata Riječna luka s vezovima Parking za kampere u centru (30 mjesta) <sup>22</sup>
	<b>Hrana i piće</b>	Raznolika ponuda restorana i kafića. Fokus je na kvaliteti i ugodnom ambijentu ugostiteljskih objekata. U okruženju grada se ističu brojne farme koje su uključene u tematske rute, te imaju gastro ponudu temeljenu na siru.
	<b>Kultura</b>	Cheese market - tradicionalna tržnica, The <i>Waag</i> (weigh house) –Muzej sira, Povijesni muzej, Stara gradska vijećnica na glavnom trgu, Great or Saint John Church s staklenim vitrajima– najduža crkva Nizozemske i najstariji vitraji, Museumhaven Gouda –gradska luka s povijesnim brodovima.
	<b>Rekreacija i sport</b>	Fokus je na biciklističkim stazama različitog intenziteta i tematizacije.
	<b>Tematske staze</b>	Cheese express – vožnja vlakom uz degustiranje sireva , Cycle Gouda cheese ruta Icarus on tour, Erasmusova ruta, Povijesna ruta, Otkrivanje obrta, Pješačka ruta dekorativne keramike, Bicikliranje uz vodene puteve
	<b>Info/internetski centar</b>	Gouda Tourist Information Office
<b>Cjenovna pozicija smještaja</b>	Hotelski smještaj 3 i 4*-cijene od 60 do 110€ <sup>23</sup> Privatni smještaj – prosječna cijena 102€ <sup>24</sup>	
<b>Potražnja</b>	<b>Broj noćenja</b>	6.070.000 (Zuid- Holland) <sup>25</sup>
	<b>Glavna emitivna tržišta</b>	1) Domaće stanovništvo (Nizozemska), 2) Belgija, 3) Njemačka, 4) UK, 5) SAD
	<b>Ciljni segmenti</b>	1)Aktivni turisti; 2) Obitelji s djecom, 3) "foodisi"
<b>Teme promocije</b>	Sir, povijest, obrti, koncerti & izložbe, Erasmus, biciklističke i pješačke ture, kanali	

<sup>22</sup> <http://www.welkomingouda.nl/en> (31.5.2016)

<sup>23</sup> Za datum 15.8. 2016. prema <http://www.booking.com> (31.05.2015.);

<sup>24</sup> Za datum 15.8.2016, prema <https://www.airbnb.com/>

<sup>25</sup> Godišnje - <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication>

## Kells, Irska



<b>Opća obilježja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Povijesni grad na SI Irske, 25km od Dublina</li> <li>6 tisuća stanovnika (2014.).</li> </ul>	
<b>Pozicioniranje</b>	Dom "Knjige Kellsa" - grad baštine <sup>26</sup>	
<b>Elementi diferencijacije</b>	Samostanska prošlost, "knjiga Kellsa" - nacionalna baština Irske, obilježena zapadnom kaligrafijom	
<b>Važna događanja/manifestacije</b>	Kells heritage festival & fair day; National Heritage week; Obilježavanje proljetnog i jesenjeg ekvinocija; Dan. Sv. Patrika; Blue Jean Festival	
<b>Turistička ponuda</b>	Smještaj	1 hotel 4* 2 hostela 5 B&B
	Hrana i piće	Restoranska ponuda je visoke razine, pri čemu dva restorana su uvršteni među 100 najboljih restorana Irske. Postoji i bogata ponuda jeftinije internacionalne gastronomske ponude, kao i iznimno bogata ponuda pubova, barova i coffee shopova.
	Kultura	Round tower, High Crosses, Kuća svetog Kolumba, Stara sudnica, Market cross, Groblje svetog Johna, Prezbiterijanska crkva, Kopneni svjetionik
	Rekreacija i sport	Igralište za djecu Fairgreen, Loughcrew avanturistički centar, Grove Garden- botanički vrt, Rathe house activity & adventure centar, Konjički centar Kells, Golf klub Headfort, sportski ribolov
	Tematske staze	Kells staza baštine (povezuje 15 povijesnih lokaliteta); Ringfort and blackwater rijeka – kružna staza; Girley Bog eko kružna staza
	Info/interpretacijski centar	St. Killan's Heritage centar – izložbe o baštini i povijesti regije
<b>Cjenovna pozicija smještaja</b>	Hotel 3* –99 € B&B – prosječna cijena 90€ <sup>27</sup>	
Ciljni segmenti	1)Aktivni turisti; 2) Obitelji s djecom, 3) zaljubljenici u povijest	
<b>Teme promocije</b>	Baština. vrtovi, igrališta i aktivnosti, jahanje, ribolov, golf.	

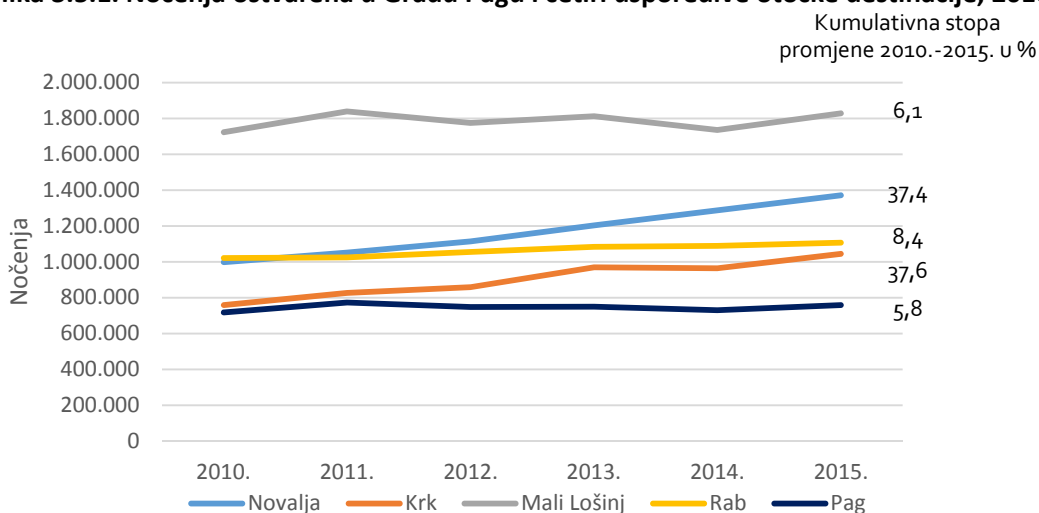
<sup>26</sup> <http://www.visitingkells.ie/>

<sup>27</sup> Za jedno noćenje na datum 15.8. 2016. prema <http://www.booking.com> (31.05.2015.);

### 3.5. Konkurentna pozicija

Na području grada Paga i četiri usporedive otočke destinacije u 2015. godini ostvareno je ukupno 6,1 milijun noćenja, 5,2% više nego u 2014. godini te 17,1% više nego u 2010. godini (slika 3.x.). Tržišni lider analiziranog kruga destinacije je grad Mali Lošinj s udjelom od 29,9%, a slijede grad Novalja s 22,5%, grad Rab s 18,1%. grad Krk s 17,1% dok grad Pag ostvaruje udio od 12,4%. U razdoblju od 2010. do 2015. godine najveći rast ostvario je grad Krk (37,6%) te grad Novalja (37,4%), a najmanji grad Pag (5,8%) te grad Mali Lošinj (8,4%).

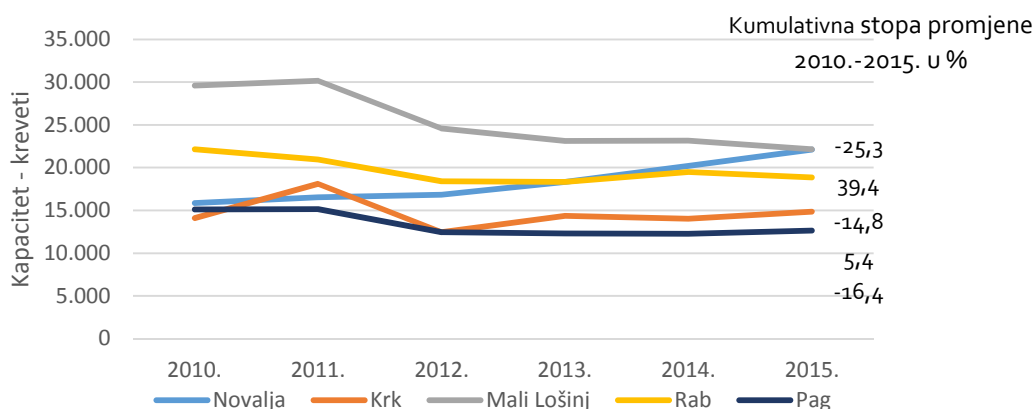
**Slika 3.5.1. Noćenja ostvarena u Gradu Pagu i četiri usporedive otočke destinacije, 2010.-2015.**



Izvor: Državni zavod za statistiku

Istodobno, razdoblje od 2010. do 2015. godine praćeno je značajnim promjenama veličine kapaciteta pojedinih analiziranih destinacije (slika 3.xx). Naime, rast komercijalnih kapaciteta (kreveti) ostvarili su samo grad Novalja (39,4%) i grad Krk (5,4%), dok su istodobno ukupni komercijalni smještajni kapaciteti grada Malog Lošinja smanjeni 25,3%, grada Paga 16,4% te Raba 14,8%. Tako značajne promjene veličine smještajnih kapaciteta imale su za posljedicu i promjenu udjela pojedinih destinacija. Tako je grad Novalja povećala udio u kapacitetima analizirane skupine destinacije od 16,4% u 2010. godini na 24,4% i 2015. godini, dok je istodobno grad Mali Lošinj umanjio tržišni udio s 30,6% u 2010. godini na 24,4% u 2015. godini. Smanjenje udjela ostvarili su i grad Rab (2 postotna boda) te grad Pag (1,7 postotnih bodova), dok je udio povećao grad Krk (1,8 postotnih bodova).

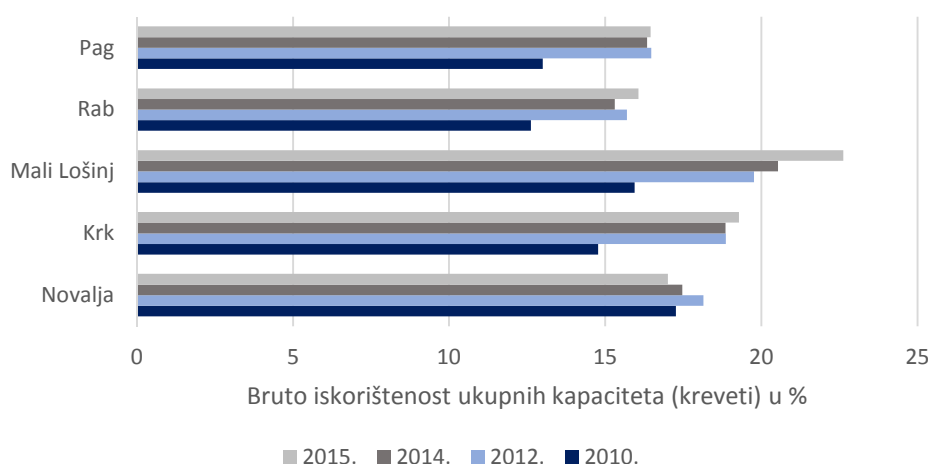
**Slika 3.5.2. Ukupni smještajni kapaciteti (kreveti) Grada Paga i četiri usporedive otočke destinacije od 2010. do 2015. godine, stanje kolovoz**



Izvor: Državni zavod za statistiku

Kombinirajući podatke o kretanju fizičkog volumena potražnje (noćenja) i ponude (komercijalni kreveti) iskorištenost kapaciteta pokazatelj je koji upućuje na važne aspekte relativne konkurentske pozicije analiziranih destinacija. Analiza pokazuje da među analiziranim destinacijama u 2015. godini grad Mali Lošinj ima najvišu razinu iskorištenosti kapaciteta u 2015. godini, a time i ostvaruje najbolju konkurentsku poziciju s aspekta fizičkog korištenja kapaciteta, već da ta destinacija bilježi i najveći porast iskorištenosti (6,7 postotnih bodova) tijekom analiziranog razdoblja. Povećanje iskorištenosti u analiziranom razdoblju ostvarili su i gradovi Krk, Pag i Rab (4,5, 3,5 odnosno 3,4 postotna boda), dok Novalja, unatoč izrazitom rastu potražnje, ali i bržem rastu kapaciteta, od 2012. godine bilježi smanjenje iskorištenosti.

**Slika 3.5.3. Bruto iskorištenost ukupnih smještajnih kapaciteta u % u gradu Pagu i četiri usporedive otočke destinacije i četiri usporedive otočke destinacije u 2010., 2012., 2014. i 2015. godini**



Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada Institut za turizam

Osim iz perspektive tržišnih trendova, primjera dobre prakse te analize tržišne pozicija grada Paga u odnosu na konkurentske bližih otočkih destinacija, konkurentska sposobnost Grada u nastavku se sagledava na temelju 45 pokazatelja koji sažimaju brojne čimbenike njegove konkurentske pozicije na turističkom tržištu te ukazuju na moguća i potrebna unapređenja njegove turističke ponude. Analiza se zasniva na ekspertnoj ocjeni pokazatelja dostupnosti i infrastrukture, atraktivnosti resursno-atraktivne osnove, kvalitete ugostiteljske i ostale ponude namijenjene turistima, promocije i sustava informiranja, raspoloživosti i kvalitete ljudskih potencijala te značajki poslovnog okruženja. Ocjene su dobivene anketom dionika turističkog razvoja Grada te anketom predstavnika Instituta za turizam, pri čemu je svaki atribut ocjenjivan na skali od 1 (jako loše) do 6 (izvrsno), a ocjene pojedinih elemenata ponude odnosno njihovog agregiranja na razini ocjena pojedinih skupina pokazatelja te sveukupne konkurentnosti dobivene kao aritmetičke sredine ocjena sudionika istraživanja.

**Tablica 3.5.1. Ocjena konkurentnosti Grada Paga na turističkom tržištu**

Elementi konkurentnosti	Jako loše=1, izvrsno=6					
	1	2	3	4	5	6
<b>A. Dostupnost i infrastruktura</b>						
1. Cestovna dostupnost						6
2. Unutarnja cestovna infrastruktura				4		
3. Raspoloživost javnog prijevoza		2				
4. Raspoloživost/blizina međunarodnih zračnih luka					5	
5. Raspoloživost/adekvatnost pomorskog prijevoza			3			
6. Infrastrukturna opremljenost				4		
7. Stanje zaštite okoliša			3			



B. Resursno-atraksijska osnova	1	2	3	4	5	6
8. Atraktivnost (privlačna moć) prirodne baštine					█	
9. Atraktivnost (privlačna moć) kulturne baštine					█	
10. Razina turistifikacije prirodne baštine			█			
11. Razina turistifikacije kulturne baštine			█			
12. Privlačnost krajolika					█	
13. Atraktivnost naselja				█		
14. Uređenost naselja			█			
C. Smještajni kapaciteti	1	2	3	4	5	6
15. Kvaliteta smještaja – hoteli i slično				█		
16. Kvaliteta smještaja – kampovi					█	
17. Kvaliteta smještaja – obiteljski smještaj				█		
D. Objekti hrane i pića	1	2	3	4	5	6
18. Raznolikost i originalnost/autentičnost ponude			█			
19. Kvaliteta hrane				█		
20. Korištenje lokalno proizvedene hrane			█			
E. Ostale usluge	1	2	3	4	5	6
21. Prisustvo incoming/DMC posrednika			█			
22. Kvaliteta biciklističkih staza			█			
23. Kvaliteta pješačkih staza			█			
24. Kvaliteta sadržaja sportova na vodi/moru			█			
25. Kvaliteta sportsko-rekreacijskih sadržaja		█				
26. Kvaliteta kongresnih sadržaja		█				
27. Kvaliteta ponude kulturnih sadržaja				█		
28. Kvaliteta kulturnih manifestacija i događanja				█		
29. Kvaliteta ponude zabave			█			
30. Kvaliteta trgovačke ponude			█			
31. Kvaliteta sadržaja nautičkog turizma			█			
32. Kvaliteta vinskih i gastrocesta		█				
33. Kvaliteta sadržaja ruralnog/agroturizma		█				
F. Promocija i sustav informiranja turista	1	2	3	4	5	6
34. Raznolikost i kvaliteta promocijskih materijala			█			
35. Kvaliteta informacijskih centara				█		
36. Kvaliteta turističke signalizacije			█			
37. Kvaliteta interpretacije atrakcijske osnove		█				
38. Kvaliteta informacija na internetu			█			
G. Ljudski potencijali	1	2	3	4	5	6
39. Raspoloživost radne snage		█				
40. Raspoloživost menadžment kadra		█				
41. Osposobljenost zaposlenih u turizmu			█			
H. Poslovno okruženje	1	2	3	4	5	6
42. Prilagođenost ponude međunarodnim standardima			█			
43. Umreženost turizma i ostalog gospodarstva		█				
44. Posvećenost lokalne samouprave turizmu			█			
45. Kvaliteta upravljanja destinacijom		█				

Izvor: Institut za turizam

Provedeno istraživanje upućuje na zaključak da je kvaliteta postojećih smještajnih kapaciteta (srednja vrijednost 4,1) te značajke resursno-atraksijske osnove (srednja vrijednost 3,9) te dostupnost i



razvijenost infrastrukture (srednja vrijednost 3,9) ključne komparativne prednosti grada Paga na turističkom tržištu iako na razini tek nešto iznad prosjeka. Pri tome su posebno jake strane ponude cestovna i zračna dostupnost, privlačnost krajolika te atraktivnost (privlačna moć) prirodne i kulturne baštine, a ukupnu konkurentsku sposobnost Grada podižu i pojedinačni elementi ponude kao što su kvaliteta ponude kampova te hotela i sličnih kapaciteta. S druge strane, područja nužnog podizanja konkurentске sposobnosti su različite usluge namijenjene turistima kao što su sadržaji sportova na vodi/moru, kvaliteta vinskih i gastro cesta te sadržaja ruralnog/agro turizma, interpretacije ili zabave. Najlošiji ocijenjeni elementi konkurentске sposobnosti vezani su uz ljudske potencijale te poslovno okruženje koji su u velikoj mjeri odraz i utjecaja okruženja, pri čemu pozornost u budućnosti valja posvetiti i promociji te sustavu informiranja turista kao i, posebice s obzirom na raspoložive potencijale i izgrađenu tržišnu prepoznatljivost, kvaliteti ponude objekata hrane i pića.

Sveukupna turistička ponuda grada Paga ocijenjena je ispodprosječnom - ocjena 3,1 - što ukazuje na značajne potrebe unapređenja ponude i podizanja konkurentskih sposobnosti kako u odnosu na raznolikost, bogatstvo i kvalitetu ponude prilagođene potrebama i očekivanjima suvremenih/ciljanih segmenata potražnje tako i na promociju i sustav informiranja, ali i rješavanje problema vezanih uz poslovno okruženje u sferi kvalitete upravljanja destinacijom te interesnog povezivanja turizma s ostalim gospodarstvom Grada kao i podizanju osposobljenosti/interesa za zapošljavanje u turizmu.

Pregled ocjena 45 pokazatelja konkurentnosti pojedinih obilježja ponude grada Paga prikazan je u tablici 3.5.1.

## 4. SWOT analiza

SWOT analiza pruža sažet pregled vlastitih 'snaga' i 'slabosti' te 'prilika' i 'prijetnja' iz okruženja koje određuju postojeću i buduću poziciju grada Paga na turističkom tržištu u turizmu te naznačuju okvir njegovog daljnjeg razvoja. U cilju jasnijeg sagledavanja potencijalno relevantnih činitelja i/ili ograničenja budućeg turističkog razvoja, analiza jakih i slabih strane te prilika i prijetnji prikazana je u četiri međuvodna područja. To su:

- **Prostor, društvo, gospodarstvo, infrastruktura i okoliš:** Ocjena različitih obilježja destinacije koji utječu na razvoj turizma
- **Turističke atrakcije:** Ocjena stanja i relevantnosti postojećih turističkih atrakcija s aspekta njihove privlačne moći, razine turističke opremljenosti i prilagođenosti potrebama posjetitelja
- **Turistička suprastruktura:** Ocjena razvijenost turističke ponude
- **Upravljanje destinacijom:** Ocjena sposobnosti upravljanja destinacijom.

SWOT tablica za svako područje izvedena je iz zaključaka analize internog okruženja te analize tržišta uz uvažavanje okvira koji proizlazi iz SWOT analize u ključnim razvojnim dokumentima turizma Grada te provedenih istraživanja dionika (intervjui, ankete, strateška radionica):

	Snage	Slabosti
Prostor, društvo, gospodarstvo, infrastruktura i okoliš	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geoprometni položaj</li> <li>• Prometna dostupnost</li> <li>• Diferencirana gospodarska struktura s nacionalno prepoznatljivim i tržišno snažnim gospodarskim subjektima</li> <li>• Izgrađenost komunalne infrastrukture i komunalna uređenost</li> <li>• Razvojni potencijal planiranih turističkih zona</li> <li>• Mogućnost korištenja obnovljivih izvora energije (vjetar, sunce)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Starenje i iseljavanje stanovništva</li> <li>• Obrazovna struktura stanovništva</li> <li>• Nedostatak kadrova za intenzivniji razvoj turizma</li> <li>• Nerazvijen pomorski putnički prijevoz</li> <li>• Nedovoljna međusektorska povezanost poduzetnika</li> <li>• Nejasan koncept upravljanja raspoloživim prostorom za razvoj turizma</li> </ul>
	Prilike	Prijetnje
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izvori financiranja razvojnih projekata iz sredstava EU programa/fondova</li> <li>• Interes investitora za ulaganje u turizam</li> <li>• Gospodarski rast Hrvatske i jačanje turističkih destinacija u okruženju</li> <li>• Očekivani rast turističke potražnje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekološka degradacija mora</li> <li>• Degradacija prostora zbog interesa kapitala</li> <li>• Nedostatak institucionalne i stručne podrške u poduzetničkom pristupanju izvorima financiranja kod ulaganja u turizam</li> <li>• Nepovoljna investicijska klima u Hrvatskoj</li> <li>• Odljev kvalitetne radne snage iz Hrvatske</li> <li>• Klimatske promjene</li> </ul>

<b>Turističke atrakcije</b>	<b>Snage</b>	<b>Slabosti</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulturno povijesna cjelina naselja Paga</li> <li>• Paška čipka (UNESCO)</li> <li>• Bogata nematerijalna baština</li> <li>• Očuvana autentična gastronomija</li> <li>• Geomorfološka obilježja krajolika i uvjeti za razvoj 'outdoor' turističkih proizvoda</li> <li>• Ljepota plaža i bogato podmorje</li> <li>• Bazeni soli i solarstvo</li> <li>• Prikkladnost klimatskih uvjeta i Paškog akvatorija za različite sportove na vodi</li> <li>• Bogata i raznolika (zaštićena) prirodna baština: Velo i malo blato; Dubrava – Hanzine; lokalitet peleoida</li> <li>• Profilirane manifestacije</li> <li>• Nasljeđe Bartola Kašića</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak snažno diferencirajuće atrakcijske točke</li> <li>• Nedovoljna razina turističke valorizacije resursno-atrakcijske osnove</li> <li>• Nedovoljno razvijen destinacijski lanac vrijednosti</li> <li>• Nedovoljno razvijeni incoming programi</li> </ul>
	<b>Prilike</b>	<b>Prijetnje</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• EU programi/fondovi za projekte turistifikacije resursno-atrakcijske osnove</li> <li>• Preferencija 'novih' turista za okolišno očuvanim i autentičnim destinacijama</li> <li>• Potraga za 'novim'</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljna financijska, kadrovska i organizacijska snaga jedinice lokalne samouprave da pokrene turistifikaciju resursa</li> <li>• Nedostatak objekata/zemljišta u vlasništvu jedinice lokalne samouprave koji omogućuju pokretanje turistifikacije resursa</li> <li>• Nedostatak financijskih resursa za EU projekte</li> <li>• Nedovoljan interes/poticanje/ edukacija potencijalnih poduzetnika za transformaciju resursa u atrakcije</li> </ul>	
<b>Turistička suprastruktura</b>	<b>Snage</b>	<b>Slabosti</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kvaliteta smještajnih usluga postojećih komercijalnih objekata</li> <li>• Razvojni potencijal planiranih turističkih zona</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sezonski usmjerena struktura i usluge smještajnih objekata</li> <li>• Devastirani/zapušteni ugostiteljski objekti u samom centru naselja</li> <li>• Nedovoljno razvijena eno-gastro ponuda</li> <li>• Repovi afere s urbanizacijom zemljišta u Šimunima</li> <li>• Nerazvijena ponuda ruralnog turizma</li> <li>• Nedovoljna razvijenost ponude zabave, sportsko-rekreacijskih sadržaja kao i sadržaja usmjerenih na MICE segment potražnje</li> <li>• Nedovoljna razvijenost trgovačke ponude usmjerene prema turistima te</li> </ul>

	nedovoljna uključenost većih gospodarskih subjekata za	
	Prilike	Prijetnje
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unapređenje imidža i rastuća atraktivnost Hrvatske</li> <li>• EU fondovi/programi za poticanje malog i srednjeg poduzetništva</li> <li>• Segmentacija tržišta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljan interes/poticanje/ edukacija potencijalnih poduzetnika za investicije u razvoj destinacijskog lanca vrijednosti u sferi usluga zabave, sporta i rekreacije, izleta i sl.</li> <li>• Nepovoljna investicijska klima u Hrvatskoj</li> <li>• Nedostatak institucionalne i stručne podrške u pristupanju (posebice EU) izvorima financiranja</li> <li>• Nedostatak financijskih resursa za EU projekte</li> <li>• Repovi afere s urbanizacijom zemljišta u Šimunima</li> </ul>
Upravljanje destinacijom	Snage	Slabosti
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turizam prihvaćen kao strateško razvojno usmjerenje Grada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljno razvijen sustav destinacijskog menadžmenta i upravljanja</li> <li>• Kadrovska i financijska potkapacitiranost javnih dionika turističkog razvoja, posebice turističke zajednice</li> <li>• Nedovoljna povezanost i suradnja dionika</li> <li>• Nedovoljna informiranost potencijalnih poduzetnika u turizmu o mogućnostima potpomognutog ulaganja</li> <li>• Nedovoljno razumijevanje suvremenih trendova u turizmu</li> <li>• Nedostatak razvijenog sustava praćenja turističke aktivnosti</li> <li>• Raspoloživost financijskih, kadrovskih i organizacijskih resursa za pokretanje većih destinacijskih projekata</li> </ul>
	Prilike	Prijetnje
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usmjerenost interesno povezivanje s drugim jedinicama lokalne samouprave na Pagu te u Županiji</li> <li>• Destinacijsko brendiranje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljno razvijena praksa i sustav destinacijskog upravljanja u Hrvatskoj</li> </ul>

Izvor: Institut za turizam

## Strateške prednosti i nedostaci

Sažimajući ekstenzivno definirane 'snage' i 'slabosti' pojedinih aspekata pozicije grada Paga na turističkom tržištu u kontekstu promjena u okruženju, moguće je izdvojiti 'strateške prednosti' na kojima valja zasnivati budući turistički destinacijski razvoj, odnosno 'strateške nedostatke' čiji utjecaj valja minimizirati ili eliminirati u cilju povećanja konkurentne sposobnosti u budućnosti:

Strateške prednosti	Strateški nedostaci
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Raspoloživi potencijal razvoja novih komercijalnih turističkih kapaciteta (turističke zone)</li> <li>• Nacionalna prepoznatljivost Paga i njegovih proizvoda</li> <li>• Relevantni prirodni i kulturni resursi i turističke atrakcije</li> <li>• Otvorenost prema turizmu i turizam prihvaćen kao strateško razvojno usmjerenje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljno razvijen lanac vrijednosti i turistička 'monokultura'</li> <li>• Nedovoljni financijski, organizacijski i kadrovski kapaciteti za snažniji razvoj turizma</li> <li>• Izostanak kontinuirane razvojne politike u turizmu</li> <li>• Nedovoljna prepoznatljivost grada Paga kao turističke destinacije</li> <li>• Apsorpcijska sposobnost prihvata sredstava TU fondova/programa</li> </ul>

Izvor: Institut za turizam

## 5. Vizija i ciljevi turističkog razvoja<sup>28</sup>

### 5.1. Područja strateškog djelovanja

Kao polazni okvir za postavljanje vizije, ciljeva i koncepcije razvoja turizma grada Paga, u nastavku se definiraju poželjna/moguća područja djelovanja kao sredstva neutraliziranja prijetnji i korištenja prilika iz okruženja. Područja strateškog djelovanja definiraju se povezivanjem segmenata SWOT analize kroz četiri glavna smjera djelovanja na povećanje konkurentne sposobnosti grada Paga na turističkom tržištu koja:

- (i) valoriziraju snage grada Paga i prilike iz okruženja,
- (ii) djeluju na slabe strane grada Paga korištenjem prilika iz okruženja,
- (iii) koriste snage grada Paga kako bi se neutralizirao utjecaj prijetnji iz okruženja, te
- (iv) poduzimaju aktivnosti minimiziranja slabosti ponude grada Paga u uvjetima prepoznatih prijetnji iz okruženja.

Tablica 5.1.1. Područja strateškog djelovanja na turistički razvoj grada Paga

	Snage	Slabosti
Prilike	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diversifikacija/osnaživanje turističkih proizvoda Grada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kadrovsko, organizacijsko i financijsko jačanje institucija destinacijskog menadžmenta</li> </ul>
Prijetnje	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definiranje i prihvaćanje zajedničkih razvojnih prioriteta na destinacijskoj razini</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktivnosti u funkciji brendiranja Grada te optimiziranje promocijskih i prodajnih aktivnosti</li> </ul>

Izvor: Institut za turizam

Polazeći od odnosa jakih i slabih strana te prilika i prijetnji iz okruženja slijedi da se pred nositelje turističke politike grada Paga kao ključan izazov nameće diversifikacija i osnaživanja turističkih proizvoda kroz jačanje i produbljivanje destinacijskog lanca vrijednosti te međusektorsko povezivanje. To podrazumijeva istodobno destinacijsko usuglašavanje oko zajedničkih razvojnih prioriteta te kadrovsko, organizacijsko i financijsko jačanje institucija destinacijskog menadžmenta. Konačno, diversifikacija i osnaživanje turističkih proizvoda Grada zahtijevaju i pokretanje aktivnosti u funkciji brendiranja te optimiziranja promocijskih i prodajnih mehanizama kao sredstva neutraliziranja prijetnji iz okruženja te korekcija slabosti vezanih uz tržišnu poziciju Grada.

### 5.2. Načela razvoja turizma

Strategija razvoja Grada Paga od 2015. do 2020. godine usredotočena je na podizanje životnog standarda stanovnika promicanjem gospodarskih aktivnosti koje se temelje na tradiciji i održivom

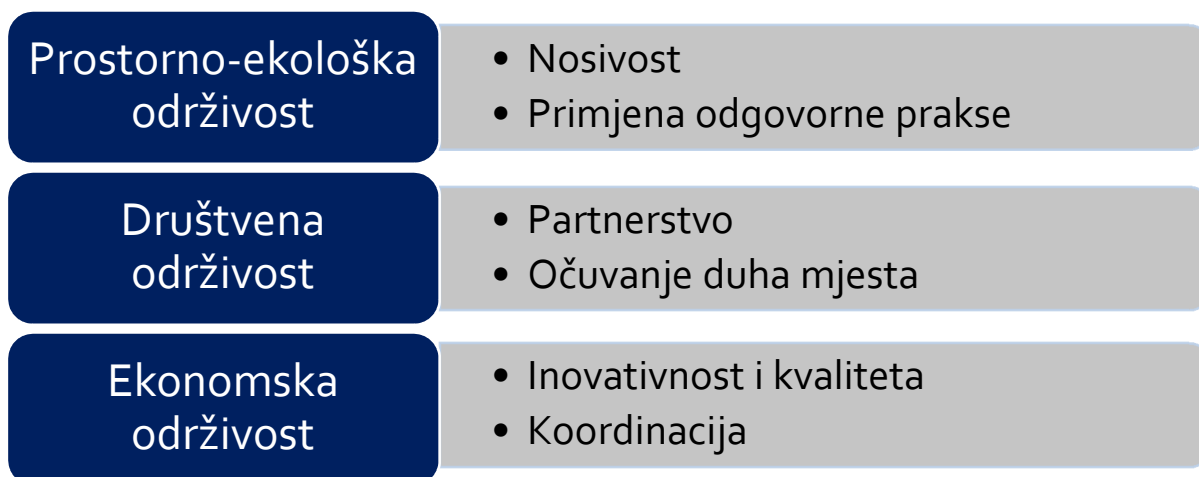
<sup>28</sup> Brojevi poglavlja nastavljaju se na brojeve poglavlja I izvješća budući da čine cjelinu Strateškog plana razvoja turizma grada Paga.



korištenju prirodnih resursa te partnerskim međusektorskim odnosima. Pri tome se iz perspektive razvoja turizma kao posebno važni prioriteti izdvajaju zadržavanje lokalnog identiteta, uređenje mjesta, osiguranje kvalitetne komunikacije javnog, poslovnog i civilnog sektora kao i brendiranja te razvoj malog i srednjeg poduzetništva, posebice u turizmu, poljoprivredi i ribarstvu. Polazeći od tako postavljenog razvojnog okvira, načela razvoja turizma grada Paga, kao kriteriji za definiranje vizije i ciljeva razvoja turizma do 2020. godine, nužno polaze od koncepta održivog rasta i to kako iz perspektive prostorno-ekološke tako i iz perspektive društvene i ekonomske održivosti. Orijentaciju na održivi razvoj turizma potvrđuju i stavovi dionika koji naglašavaju važnost zaštite okoliša, osiguranja kvalitetnih ljudskih potencijala i obrazovanja kao i promocije te prodaje, ali i nedovoljno iskorištenih potencijala održive uporabe prostora te prirodne, povijesne i kulturne baštine Grada. (poglavlje 2.4.). Opravdanost takvog usmjerenja potvrđuje i Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine (NN 55/2013.) koja, između ostalog, naglašava načela partnerstva, kulture kvalitete, autentičnosti i kreativnosti te ekološki odgovornog razvoja.

U tom se smislu, polazeći od utvrđenih vlastitih jakih i slabih strana te prilika i prijetnji iz okruženja odnosno prepoznatih mogućih područja strateškog djelovanja, kao ishodišna točka vizije i ciljeva grada Paga nameće skup od šest međusobno povezanih i uvjetovanih načela održivog razvoja turizma koje je moguće grupirati u tri skupine koje oslikavaju pojedine aspekte održivog razvoja turizma: prostorno-ekološku održivost, društvenu održivost i ekonomsku održivost.

#### Slika 5.2.1. Načela održivog razvoja turizma Grada Paga



Načela prostorno-ekološke održivosti osnovica su upravljanja prostorom i prirodnom baštinom te usmjeravanja društvenih i gospodarskih aktivnosti. S obzirom na utvrđena područja i građevine od važnosti za RH i Zadarsku županiju na području Grada, kao i planirane prostore/zone za razvoj ugostiteljsko turističkih sadržaja unutar cjelina naselja i izvan građevinskog područja naselja te projekte važne za turistički razvoj, načelo nosivosti pretpostavlja sagledavanje/definiranje optimalnog načina korištenja razvojnog prostora odnosno, polazeći od usklađenog i transparentnog sustava planiranja upotrebe prostora, utvrđivanje prihvatljive razine utjecaja turističkih aktivnosti na fizička i socijalna obilježja okruženja. Načelo primjene odgovorne prakse podrazumijeva, nadalje, široku i dosljednu primjenu različitih 'zelenih' praksi u poslovanju gospodarskih subjekata te obavljanju javnih djelatnosti, ali i ponašanju stanovnika i posjetitelja kao osnovi smanjivanja štetnih utjecaja na okoliš i operativnih troškova, ali i podizanja prepoznatljivosti turizma Grada i njegove ukupne konkurentnosti.

Polazište za valorizaciju aktivnosti očuvanja identitetskih obilježja lokalne zajednice čine načela društvene održivosti odnosno društvenog prihvatnog kapaciteta pri čemu se posebno nameće potreba osiguranja suradnje i podizanja razine međusobnog povjerenja dionika turističkog razvoja

koju odražava načelo partnerstva. S druge strane, načelo očuvanja duha mjesta podrazumijeva uspostavljanje povezujućih kriterija kreiranja suvremene turističke ponude i dinamike razvoja Grada te poštivanja specifičnih slika prostora i duha lokalne zajednice u oblikovanju turističke i neturističke ponude kao i društvenog života lokalne zajednice i posjetitelja.

Konačno, načela ekonomske održivosti teže osiguranju ukupnih pozitivnih učinaka gospodarske aktivnosti na okruženje, ali i uspostavljanju preduvjeta tržišne održivosti turističkih poduzetničkih projekata. Stoga se u uvjetima nužnog jačanja konkurentske sposobnosti i diferencijacije turističkih proizvoda, inovativnost i kvaliteta usluga nameće kao ključno načelo poslovanja svih gospodarskih subjekata te okvir za definiranje destinacijske turističke politike. Pri tome je, prihvaćajući načelo koordinacije, posebno važno osigurati usklađivanje javnih i/ili privatnih projekata s vizijom i ciljevima turističkog razvoja Grada, fokusiranje na manji broj održivih projekata (naj)većih multiplikativnih učinaka te osiguranje podrške projektima koji zahtijevaju usklađivanje različitih interesa većeg broja razvojnih dionika.

### 5.3. Vizija turističkog razvoja

Vizija destinacijskog turističkog razvoja je usklađen, jasan i sažet iskaz očekivanja i želja razvojnih dionika. Oslikavajući poželjnu budućnost, vizija pruža stabilne kriterije za valoriziranje učinaka alternativnih razvojnih usmjerenja, mjera i programa tijekom dužeg (planskog) razdoblja, ali i omogućava povezivanje i mobiliziranje različitih interesnih skupina u ostvarenju zajedničke 'ideje vodilje'. Vizija stoga treba odražavati kulturno-povijesni identitet i način života stanovnika Grada, prihvaćena razvojna načela, razumijevanje okruženja i konkurentske pozicije, ali i očekivanja, razvojne aspiracije te prioritete dionika.

Vizija razvoja turizma grada Paga do 2020. godine stoga je nastala u konzultativno/participativnom procesu u kojem su, u organizaciji Grada te Turističke zajednice Grada, sudjelovali brojni dionici razvoja turizma kako bi se potaknulo usklađivanje stavova i interesno povezivanje predstavnika lokalne samouprave, institucija javnog lektora, privatnih poduzetnika te različitih građanskih udruga i/ili pojedinaca. Polazeći od postavljenih načela razvoja turizma, sukladno stavovima sudionika provedenih strateških radionica osnovne odrednice vrijednosnog sustava grada Paga važne za novu razvojnu viziju turizma su neiskorišteni razvojni potencijal turizma promatran kako u kontekstu kvalitetnog razvojnog prostora, zapuštenih objekata i oskudnih ljudskih resursa tako i potrebe zaštite prirodnih i kulturnih resursa te promjena/usporedbe s okruženjem. Lokalna kultura života i rada, okrunjena i UNESCO zaštitom, podizanje konkurentske sposobnosti cijelog turističkog sektora te njegova povezanost i uklopljenost u diversificiranu gospodarsku strukturu kao i inovativnost i kreativnost ponude te korištene 'zelenih' tehnologija izdvajaju se pri tome kao ključna usmjerenja razvoja turizma. Ključne odrednice željenog imidža kao i najvažnije atrakcije grada Paga dionici povezuju s etno baštinom odnosno nacionalno i regionalno prepoznatljivim brendovima Paga (čipka, sir, sol, janjetina), reljefom te kulturnom baštinom. Osim kroz diskusiju o načelima razvoja turizma i relevantnim odrednicama vrijednosnog sustava, konzultativni/participativni proces uključio je i traženje zajedničkih i zadovoljavajućih odgovora na pet pitanja o željenim obilježjima i temeljima razvoja turizma Grada u predvidivoj budućnosti koji određuju i ključne odrednice vizije turističkog razvoja:

- Koje razvojne opcije grad Pag ima u turizmu?
- Po čemu se grad Pag razlikuje u odnosu na konkurenciju?
- Što grad Pag treba nuditi na turističkom tržištu?
- Kakav bi trebao biti turizam grada Paga?
- Kakvo upravljanje turizmom želimo u gradu Pagu?

Uvažavajući globalne trendove u turizmu te relevantno konkurentsko okruženje i potencijal resursno-atraksijske osnove grada Paga, dobiveni odgovori, iskazuju se u nastavku kroz ključne odrednice i specifične iskaze.

**Tablica 5.3.1. Ključne odrednice razvojne vizije turizma grada Paga**

Ključne odrednice	Specifični iskazi
<b>Koje razvojne opcije grad Pag ima u turizmu?</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stagnacija</li> <li>• Stihija</li> <li>• Rast</li> <li>• Održivost</li> </ul>	<p>Polazeći od financijskih, organizacijskih i kadrovskih kapaciteta za razvoj turizma, relevantnosti destinacijske turističke politike, snazi destinacijskih turističkih proizvoda te širini i dubini lanca vrijednosti odnosno potencijalu za razvoj turizma zasnovanom na visokoj kvaliteti razvojnog prostora te prirodnim i kulturnim resursima i atrakcijama, kao primarne razvojne snage Grada izdvajaju se: (i) destinacijsko upravljanje razvojem turizma te, povezano, (ii) poticajno gospodarsko okruženje i mogućnost privlačenja razvojnog kapitala. Izbjegavajući odrednice scenarija stagnacije i stihije, odnosno odlučujući se za održivi rast kao noseću razvojnu opciju grada Paga u turizmu, implikacije mogućih razvojnih scenarija jasno ukazuju na potrebu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• uspostavljanja integriranog destinacijskog upravljanja i menadžmenta turizma usmjerenog na jačanje turističkih proizvoda i razvoja ponude,</li> <li>• snažne i kontinuirane realizacije programa razvoja/oživotvorenja konkurentnog turističkog brenda i aktivnosti komunikacije s tržištem te</li> <li>• osiguranja proaktivnog sustava privlačenja/usmjeravanja privatnih investicija i pokretanja investicija u javnu turističku infrastrukturu.</li> </ul>
<b>Kakav bi trebao biti turizam grada Paga?</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekološki održiv</li> <li>• Proizvodno orijentiran</li> <li>• Orijentiran potrebama kupaca</li> <li>• Inovativan</li> <li>• Prepoznatljiv</li> </ul>	<p>Polazeći od pretpostavke da dostiže konkurentsku sposobnost razvijenih sjeverno-jadranskih destinacija, turizam grada Paga uspješno sudjelovanje u tržišnoj utakmici zasniva na širokoj i dubokoj ponudi ekološki održivih aktivnosti i usluga prilagođenih očekivanjima i potrebama kupaca suvremenih turističkih doživljaja u sferi diversificiranih proizvoda zdravog i dinamičnog odmora povezanih s morem, reljefom te autentičnom očuvanom lokalnom kulturom života i rada.</p>
<b>Što grad Pag treba nuditi na turističkom tržištu?</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sunce i more</li> <li>• Sport i rekreacija</li> <li>• Kulturni turizam</li> <li>• Gastro turizam</li> <li>• Nautički turizam</li> </ul>	<p>Kao odredište čija resursno-atraksijska osnova usmjerava razvoj turizma prema proizvodima zdravog i dinamičnog odmora, portfelj turističkih proizvoda grada Paga obuhvaća široki spektar vertikalno i horizontalno integriranih turističkih usluga destinacijskog lanca vrijednosti turističkih proizvoda povezanih s razdobljem od proljeća do kasne jeseni kao što su proizvodi sunca i mora (uključujući i razdoblje pred i post kupališne sezone), proizvodi sporta i rekreacije, kulturnog turizma, gastro turizma te nautičkog turizma.</p>

### Po čemu se grad Pag razlikuje u odnosu na konkurenciju?

- Kultura
- Etno baština - brendovi
- Potencijal razvojnih zona
- Diversificirana gospodarska struktura
- Reljef

Polazeći od odrednica vrijednosnog sustava stanovnika grada Paga relevantnih za razvoj turizma koji se iskazuju prije svega kroz odnos izuzetno vrijedne kulture života i rada lokalne zajednice te svijesti o raspoloživim razvojnim potencijalima, ključni razlikovni elementi Grada u relevantnom konkurentskom okruženju vezuju se uz kulturu, etno baštinu koja je postala/generirala nacionalno i regionalne prepoznatljive brendove, kontrastnih obilježja reljefa kao spoja kamena i zelenila te bogate i diversificirane gospodarske strukture. Posebno važan aspekt prepoznatljivosti u budućnosti odnosi se na izuzetno velik razvojni potencijal planiranih turističkih zone odnosno potrebe njihove valorizacije usklađene s razvojnim aspiracijama lokalnog stanovništva.

### Kakvo upravljanje turizmom želimo u gradu Pagu?

- Okolišno odgovorno
- Maksimirajući potencijal resursne osnove
- Transparentno i integrirano
- Stručno
- Poduzetnički orijentirano/poticažno

Upravljanje turizmom mora osigurati resursno utemeljen razvoj turizma Grada podržan transparentnim uključivanjem dionika i lokalnog stanovništva u donošenje razvojnih odluka od zajedničkog interesa te održivim i učinkovitim valoriziranjem jedinstvenih prostornih, prirodnih, povijesno-kulturnih te ljudskih resursa grada Paga. Upravljanje je zasnovano je na stručnoj i integriranoj organizacijskoj strukturi koja obuhvaća destinacijski menadžment odnosno turističku zajednicu Grada te uspostavljenu funkciju (osoba i/ili organizacijska jedinica) u okviru lokalne samouprave nadležnu za upravljanje turizmom i koordinaciju prema drugim (gradskim) javnim funkcijama (uključujući i EU programe/fondove). Uz izvršnu funkciju gradonačelnika i predstavničku funkciju gradskog vijeća, upravljačku strukturu čini i stranački neovisno savjetodavno tijelo odgovorno za monitoring i kontrolu učinaka turističke politike.

Slijedom rečenog, a imajući na umu viziju razvoja koja Grad oslikava kao prostor visoke kvalitete života i životnog standarda na razini europskog prosjeka te uravnoteženog, održivog, razvijenog i brendiranog gospodarstva utemeljenog na turizmu, poljoprivredi, ribarstvu te malom i srednjem gospodarstvu kojeg podržava usklađeno funkcioniranje javnog, poslovnog i civilnog sektora, razvojna vizija turizma zasniva se na međuo odnosu pet "stupova" koji omeđuju zajedničku platformu djelovanja razvojnih dionika u ostvarivanju željene budućnosti:

- **Međunarodna konkurentnost i vidljivost:** Jačanje konkurentne sposobnosti i dostizanje tržišne pozicije razvijenih jadranskih odredišta na osnovi ponude međunarodno prepoznatljivih inovativnih nišnih turističkih doživljaja prilagođenih potrebama i očekivanjima suvremenih kupaca vođenih interesima i životnim stilovima
- **Proizvodna fokusiranost:** Fokus na splet turističkih proizvoda zasnovanih na zdravom i dinamičnom odmoru uz more i na moru koji održivo valorizira prirodnu i povijesno kulturnu baštinu te kulturu života i rada lokalnog stanovništva
- **Bogatstvo raznolikosti sadržaja:** Atraktivnost i prirodno-geografska raznolikost te bogatstvo povijesno-kulturne baštine temelj je za uspostavu dubokog i širokog lanca vrijednosti turističkih proizvoda vezanih uz zdrav i dinamičan odmor uz more i na moru

- **Održivost:** zaštita turistički aktiviranog bogatog resursnog potencijala te osiguranje društvene i ekonomske održivosti u valorizaciji turistički neiskorištenog razvojnog potencijala planiranih turističkih zona, ali i dosljedne primjene 'zelenih' procedura u svim aspektima turističkog poslovanja.
- **Integriranost i poticajnost:** poticajno poduzetničko okruženje ojačano integracijom javnih razvojnih dionika i njihovim aktivnim sudjelovanjem u održivom privođenju planiranih turističkih zona osnovnoj funkciji.

Postavljeni stupovi definiraju razvojnu viziju turizma grada Paga do 2020. godine i dalje na sljedeći način:

## **GRAD PAG – ODRŽIVA DESTINACIJA PROPULZIVNOG TURIZMA ZDRAVOG I DINAMIČNOG ODMORA PRILAGOĐENOG POTREBAMA I OČEKIVANJIMA SUVREMENIH KUPACA VOĐENIH SPECIFIČNIM INTERESIMA I ŽIVOTNIM STILOVIMA**

Grad Pag je ekološki, socijalno i ekonomski održiva destinacija diversificiranog spektra razvijene, resursno utemeljene, turističke ponude povezane s uživanjem u prirodi, očuvanom povijesnom baštinom te autentičnom i zaštićenom lokalnom kulturom života i rada.

Kao jedna od vodećih jadranskih destinacija, grad Pag svoju konkurentsku poziciju i međunarodnu prepoznatljivost gradi na aktiviranim, suvremeno strukturiranim i proizvodno tematiziranim, turističkim zonama te lokalnom poduzetništvu usmjerenom na pružanje bogate ponude inovativnih i kreativnih usluga prilagođenih očekivanjima i potrebama suvremenih visoko segmentiranih kupaca turističkih proizvoda sunca i mora, sporta i rekreacije, kulturnog i gastro turizma te nautičkog turizma.

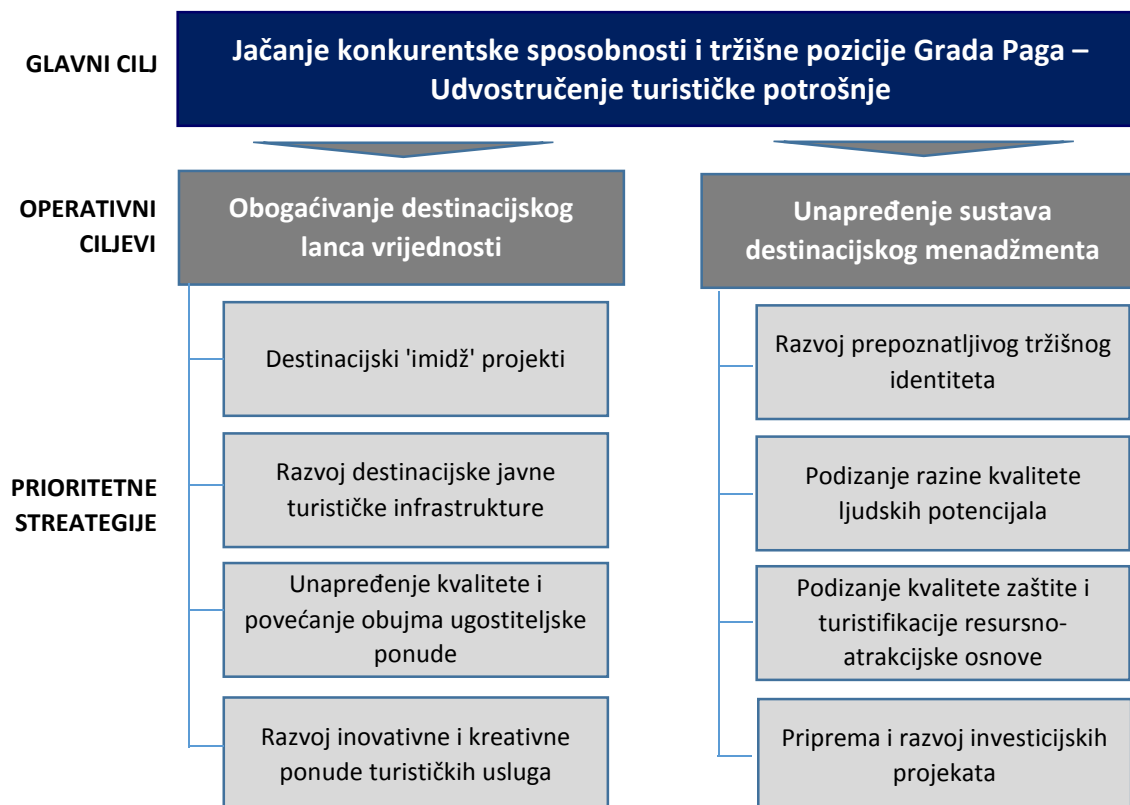
Upravljanje turističkim razvojem Grada zasniva se na visokoj razini znanja, održivoj valorizaciji potencijala resursno atrakcijske osnove i planiranih turističkih zona te odgovornosti i transparentnosti destinacijskog menadžmenta koja generira poticajno poslovno ozračje, uspješnu suradnju javnog i privatnog sektora te povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva.

### **5.4. Ciljevi turističkog razvoja**

Ciljevi turističkog razvoja predstavljaju dekompoziciju vizije na konkretne, detaljnije operativne zadatke čije je ostvarenje moguće mjeriti, nadzirati i poticati. Ciljevi stoga za vremenski horizont do 2020. godine trebaju omogućiti konzistentan i sažet iskaz međusobno povezanih i usklađenih ishoda razvoja turizma grada Paga polazeći od potrebe uklanjanja prepoznatih strateških nedostataka te valoriziranja relevantnih tržišnih trendova i strateških prednosti. Slijedeći potrebu razvoja i komercijalizacije niza novih, međunarodno konkurentnih sustava turističkih doživljaja kao što su kulturni turizam, cikloturizam, pustolovni i sportski turizam, ekoturizam, ali i golf turizam te

zdravstveni i ruralni turizam (Strategija razvoja turizma Hrvatske (NN 55/13) odnosno potrebu smanjenja sezonalnosti, unapređenja turističke infrastrukture, uspostave učinkovitog sustava upravljanja resursima i potencijalima turizma te zaštite okoliša (Glavnog plana razvoja turizma Zadarske županije 2013.-2023.) odnosno diversifikacije i tržišnog osnaživanja turističkih proizvoda Grada, kao glavni cilj razvoja turizma do 2020. godine određuje se **jačanje konkurentske sposobnosti i tržišne pozicije grada Paga** kvantificirane kroz **udvostručenje turističke potrošnje u odnosu na 2015. godinu.**

**Slika 5.4.1.. Sustav ciljeva i prioriternih operativnih strategija razvoja turizma grada Paga do 2020. godine**



Izvor: Institut za turizam

Ostvarenje glavnog cilja podrazumijeva ostvarivanje sljedećih operativnih ciljeva:

- **obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti** iskazanog mjerljivim ciljem kao **povećanje broja noćenja za 70% na osnovi povećanja komercijalnog smještajnog potencijala Grada za 20% odnosno 2.500 ležajeva, prije svega u hotelima i sličnim objektima, te povećanja iskorištenosti kapaciteta za 7,5 postotnih bodova**, operativni cilj ostvaruje se provedbom prioriternih strategija:
  - Realizacije destinacijskih 'imidž' projekata
  - Razvoja destinacijske javne turističke infrastrukture
  - Unapređenja kvalitete i povećanje obujma ugostiteljske ponude
  - Razvoja inovativne i kreativne ponude turističkih usluga



- **unapređenje sustava destinacijskog menadžmenta** iskazanog mjerljivim ciljem kao **povećanje prosječne dnevne potrošnje domaćih posjetitelja za 20%<sup>29</sup> do 2020. godine**; operativni cilj ostvaruje se provedbom prioriternih operativnih strategija:
  - Razvoja prepoznatljivog tržišnog identiteta
  - Podizanja razine kvalitete ljudskih potencijala
  - Podizanja kvalitete zaštite i turistifikacije resursno-atraktivne osnove
  - Pripreme i razvoja investicijskih projekata.

---

<sup>29</sup> Do trenutka uspostavljanja sustava praćenja turističke aktivnosti i potrošnje na području Grada kao aproksimacija prosječne dnevne potrošnje u 2015. godini koristi se podatak o ostvarenoj prosječnoj potrošnji na razini Županije u 2014. godini (poglavlje 2.7. Izvješća I).

## 6. Konceptija razvoja turizma

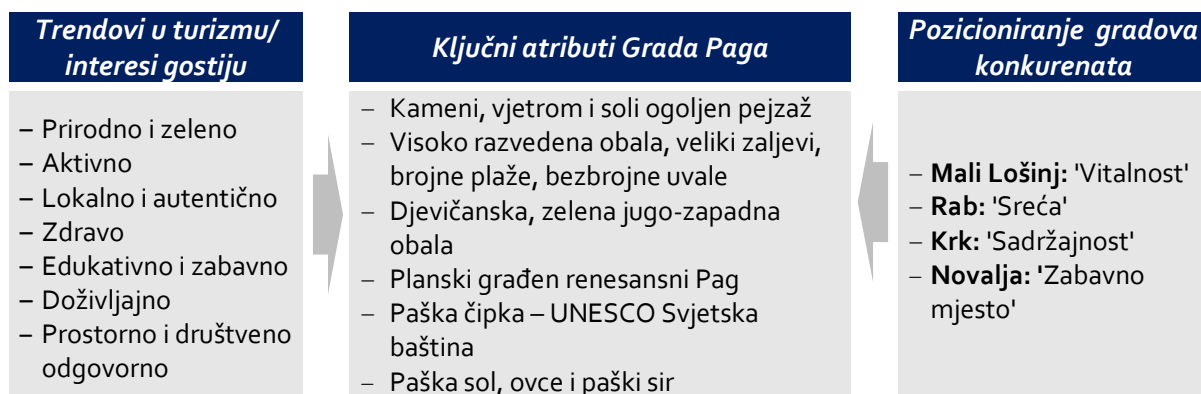
Polazeći od resursno-atraksijske osnove te od postavljenih razvojnih načela, vizije i strateških ciljeva, konceptijom turističkog razvoja Grada Paga određuju se inputi za brendiranje destinacije, portfelj turističkih proizvoda te karakteristične prostorne zone turističke aktivnosti. Konceptijom se, naime, žele osmisliti elementi diferencirajućeg i privlačnog imidža Grada Paga, ponuda skupa turističkih doživljaja kojima je moguće zadovoljiti interese različitih ciljnih segmenata gostiju tijekom većeg dijela godine, osiguravajući time turističko aktiviranje ukupnog prostora Grada. Konceptija turističkog razvoja osnova je za predlaganje sustava mjera, aktivnosti i razvojnih projekata u funkciji daljnjeg turističkog razvoja Grada Paga te jačanja njegove konkurentske pozicije.

### 6.1. Brend koncept i željeni imidž

S obzirom na stalno rastuću razinu konkurencije na suvremenom turističkom tržištu prepoznatljivost turističkih destinacija kao preduvjet odluke o putovanju danas je kritičan faktor njihove uspješnosti. U tom smislu brendiranje destinacija s ciljem generiranja njihovog prepoznatljivog i poželjnog imidža postalo je nezaobilazna praksa u destinacijskom marketingu. Kako bi bio održiv, destinacijski brend mora, međutim, počivati na specifičnim, snažno prisutnim obilježjima lokalnog identiteta koji su ujedno privlačni, važni i motivirajući za potencijalne goste. Brend mora, nadalje, biti lako razumljiv i pamtljiv što znači da je tipično slojevita i brojna obilježja destinacija potrebno 'destilirati' u jezgrovit iskaz 'srži'. Kao takav, brend se smatra konkurentnim tržišnim identitetom destinacija.

Grad Pag, dijelom samostalno, a dijelom u simbiozi s otokom Pagom, 'vlasnik' je nekoliko nacionalno, čak i regionalno jakih brendova poput 'paške čipke', 'paškog sira', 'paške janjetine' i 'paške soli' koji ga barem na tom geografskom prostoru nedvojbeno čine jednim od najprepoznatljivijih jadranskih lokaliteta. To je svakako velik 'kapital', iako se istovremeno čini opravdanim propitivanje snage tih pojedinačnih brendova u stvaranju za goste koherentne i za posjet motivirajuće slike. U tom kontekstu, usprkos ovih snažnih identifikatora Grada Paga, nužno je učiniti dodatni napor u pronalaženju ujedinjavajućeg brend koncepta koji će, 'oživljen' kroz daljnji turistički razvoj i sustavno prenošen u promociji Grada, s vremenom pridonijeti generiranju jasnog, pamtljivog, diferencirajućeg i motivirajućeg turističkog imidža ove destinacije.

Proces generiranja turističkog brend koncepta Grada Paga podrazumijeva sagledavanje ključnih atributa Grada u kontekstu trendova na turističkom tržištu i rezultirajućih interesa suvremenih gostiju te u odnosu na postavljeno ili očekivano pozicioniranje destinacija u konkurentskom krugu:



### **Brend koncept i željeni imidž Grada Paga**

Grad Pag mjesto je kontrasta. Prostranstva golog kamena i plavetnila mora, silovit vjetar i mirne, zaštićene vale, surov kamenjar i renesansni grad, strme litice i blage, zelene obale prepune plaža, grubi krš i najfinija čipka, stoljetni suhozidi i moderne vjetrenjače, škrta zemlja i izdašnost soli, janjetine i sira. Kontrasti čine Pag mjestom snažnog dojma, čak i drame, jedinstvenim na Jadranu. Mjesto kontrasta u svojoj je biti i mjesto dinamike. Pag je učenje o umijeću čipkarstva i hodanje kroz milenijske kamene naslage, koncerti u kulama i penjanje po liticama, razumijevanje moći soli i gastronomsko središte, uživanje u skladnom urbanističkom biseru i, naravno, kupanje na bezbroj plaža. Kontrasti čine Pag mjestom dinamičnog, zabavnog i ispunjavajućeg boravka.

Kao dinamično mjesto snažnih kontrasta, plijeneći pažnju svojim jedinstvenim prirodnim i kulturološkim suprotnostima, a tako se ističući i raznolikošću mogućih sadržaja, Grad Pag odgovara na interese suvremene turističke potražnje za doživljajnim, aktivnim i edukativno-zabavnim iskustvima koja počinjavaju na očuvanom prostoru i lokalnoj tradiciji. Kao dinamično mjesto snažnih kontrasta, Grad Pag također uspostavlja tržišni identitet koji ga diferencira od okolnih konkurentskih destinacija. Naime, ako je Lošinj 'vitalan', Rab 'sretan', Krk 'sadržajan', a obližnja Novalja 'zabavno mjesto', Pag je destinacija dinamike što proizlazi iz moćnih prirodnih i kulturoloških kontrasta ovoga Grada. Uz dojmljivu i motivirajuću priču Grada Paga kao mjesta snažnih kontrasta i dinamike, 'čipka', 'sir', 'janjetina' i 'sol' ostaju među važnim simbolima u komuniciranju tržišnog identiteta Grada. Čipka se ovdje ističe kao realno najjači među njima, kako radi njezinog UNESCO statusa, tako i iz razloga što se ornamentika čipke na asocijativnoj razini izvanredno prenosi i na druga karakteristična obilježja Grada Paga, kao što su primjerice 'kamena čipka', 'čipka suhozida', 'čipka cvijeta soli', pa čak i na u svojoj pravilnosti ornamentalan tlocrt povijesne gradske jezgre. Upravo se stoga 'čipka' može smatrati ujedinjavajućim simbolom Grada Paga.

## **6.2. Proizvodna koncepcija**

Valorizirajući resursno-atraksijsku osnovu Grada Paga u kontekstu tržišnih trendova u turizmu te uvažavajući pri tome već postojeća strateška usmjerenja Grada, u nastavku se prikazuje portfelj njegovih perspektivnih turističkih proizvoda:

### **Proizvodi odmora (glavni odmor, kratki odmor, jednodnevni izlet)**

<b>Odmor na suncu i moru</b>	Ljetni odmor	Proljeće/jesen uz more			
<b>Kulturni turizam</b>	Gradski turizam	Etno baština	Gastronomija		
<b>Sport i rekreacija</b>	Cikloturizam	Pješačenje	Ronjenje	Sportovi na moru	Adrenalinski sportovi
<b>Nautički turizam</b>	Jahting				
<b>Zdravstveni turizam</b>	Wellness	Medicinski wellness			

### **Proizvodi poslovnog turizma**

<b>Poslovni turizam</b>	Poslovna putovanja	Poslovni skupovi	Team-building
-------------------------	--------------------	------------------	---------------

Riječ je o međusobno komplementarnom i nadopunjavajućem skupu proizvoda koji iako različiti u odnosu na tip i volumen potražnje koju primarno privlače, u cjelini predstavljaju bogat destinacijski lanac vrijednosti sposoban zadovoljiti širok spektar interesa gostiju te osigurati mogućnost poslovanja u većem dijelu godine. Poželjna struktura pojedinih predviđenih proizvoda razrađuje se u nastavku.

<b>Odmor na suncu i moru</b>	
Ljetni odmor Proljeće/jesen uz more	
<b>Glavni ciljni segmenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Obitelji s djecom</li> <li>– Mladi (18-25)</li> <li>– Zrela dob (55-65)</li> <li>– Treća dob (66+)</li> </ul>
<b>Pozicioniranje Grada Paga</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Lako dostupno otočko mjesto</li> <li>– Velik broj lijepih plaža ('svaki dan druga plaža'), čistoća i ljepota mora</li> <li>– Sadržaji specijalizirani za obitelji s djecom</li> <li>– Ugodno, sigurno, ali i dinamično mjesto</li> </ul>
<b>Ključni ugostiteljski sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Smještaj:</b> Hoteli, hotelska resort naselja, mali obiteljski hoteli, kampovi, obiteljski smještaj, OPG; udobni objekti sa šarmom; 'zelena' praksa; kvaliteta 3*-4*; dio objekata specijaliziran za obitelji s djecom (npr. obiteljske sobe, HiP, dječja igrališta, dječji bazeni, animacija); dio hotela kategoriziran prema posebnim standardima za 'Family' i/ili 'Holiday resort' (MINT); dio objekata obiteljskog smještaja certificiran s 'Welcome' standardima ('Families welcome')</li> <li>– <b>Hrana i piće:</b> Jednostavniji, udobni restorani, konobe, bistroi, OPG; inovativni 'gastro punkt' koji objedinjava više manjih, raznovrsnih objekata, trgovina hrane, vina i sl. na jednom mjestu (npr. u jednom od Magazina soli); lokalni proizvodi hrane i pića označeni markom '<i>Izverno paško</i>'</li> </ul>
<b>Ključni ne-ugostiteljski turistički sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Plaže:</b> Dio plaža tematiziran kao 'plaže za obitelji s djecom', 'plaže sa sportskim i rekreativnim sadržajima', 'plaža sa zabavnim sadržajima za mlade', 'urbana, promenadna plaža' i 'resort plaža'</li> <li>– <b>Mreža raznovrsnih pješačkih ruta:</b> Šetnice i staze različite dužine i težine kroz atraktivan krajolik; dio tematiziran (npr. bura, ljekovito bilje, sol, ovce i sl.); mreža opremljena turističkom signalizacijom, interpretacijom, odmorištima i vidikovcima; dio staza prilagođen obiteljima s djecom, odnosno osobama treće dobi; prijedlozi obiteljskih itinerera, ponuda vođenih tura, ponuda transfera</li> <li>– <b>Mreža raznovrsnih cikloturističkih ruta:</b> Ceste, staze i 'kapilarni' putovi različite dužine i težine kroz atraktivan krajolik; dio tematiziran (npr. bura, ljekovito bilje, sol, ovce i sl.); opremljene odmorištima, vidikovcima, turističkom signalizacijom i interpretacijom; mogućnost najma bicikla; prijedlozi obiteljskih itinerera, ponuda vođenih tura; ponuda transfera; dio ruta prilagođen obiteljima s djecom, odnosno osobama treće dobi</li> <li>– <b>Centri sportova na moru:</b> Ponuda ronjenja, morskog kanuinga, raznih oblika surfinga, paraglidinga i sl.; mogućnost najma opreme; ponuda 'škola' plivanja, jedrenja, sportova na moru, ronjenja; dio ponude prilagođen obitelji s djecom</li> <li>– <b>Prirodne 'marker' atrakcije:</b> Uređeni lokaliteti Ornitološki rezervati Malo i Velo Blato, Park šuma Dubrava-Hanzine, vidikovci na Sv. Vidu i predjelu Ravne; opremljeni turističkom signalizacijom i interpretacijom; ponuda vođenih izleta; sadržaji i izleti dijelom prilagođeni obiteljima s djecom</li> <li>– <b>Kulturne 'marker' atrakcije:</b> Povijesna jezgra Paga; Stari grad; Muzej čipke; Interpretacijski centar soli; Interpretacijski centar paške ovce i sira; Muzej baškotina; ponuda vođenih obilazaka; sadržaji prilagođeni obiteljima s djecom</li> <li>– <b>'Marker' manifestacije:</b> Paško kulturno ljetno, Međunarodni festival čipke, Pag Art Festival; sadržaj dijelom prilagoditi obiteljima s djecom</li> <li>– <b>Trgovina:</b> 'Paški dućan' s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima</li> <li>– <b>'Turistički prijevoz':</b> Kružni '<i>hop on-hop off</i>' cestovni prijevoz (npr. mini-bus, vlakić), mogućnost prihvata bicikla</li> <li>– <b>Turističke informacije:</b> Centar za posjetitelje 'Paška kuća' (Pag) i sustav TIC-eva</li> </ul>

<b>Kulturni turizam</b>  <b>Gradski turizam</b> <b>Gastronomija</b> <b>Etno baština</b>	
<b>Glavni ciljni segmenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zrela dob (55-65)</li> <li>– Mladi parovi (26-35)</li> <li>– Treća dob (66+)</li> <li>– Ljubitelji hrane ('Foodies')</li> <li>– Izletnici</li> <li>– Đačke ekscurzije</li> </ul>
<b>Pozicioniranje Grada Paga</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Jedinstvena jadranska destinacija kontrasta i dinamike</li> <li>– Renesansni grad, bogate kulturno-povijesne baštine, očuvan i 'živ'</li> <li>– Paška čipka - UNESCO Svjetska baština</li> <li>– Živahna gastronomska scena bazirana na autohtonim, tradicijskim jelima i namirnicama (paška janjetina, paški sir, paško maslinovo ulje)</li> <li>– Lako dostupno otočko mjesto</li> </ul>
<b>Ključni ugostiteljski sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Smještaj:</b> Hoteli, mali obiteljski/boutique hoteli, difuzni hoteli; udobni objekti sa šarmom; 'zelena' praksa; kvaliteta 4*; neki objekti certificirani prema posebnim standardima za hotel baština (MINT)</li> <li>– <b>Hrana i piće:</b> Raznolika ponuda restorana, konoba, bistroa, kušaona (vino, sir, ulje), 'tapas stil' barova; inovativni 'gastro punkt' koji objedinjava više manjih, raznovrsnih objekata, trgovina hrane, vina i sl. na jednom mjestu (npr. u jednom od Magazina soli); naglašena ponuda domaće kuhinje, ali i nekoliko objekata sa suvremenim odmakom; naglašene namirnice lokalnog uzgoja označene markom '<i>Izvorno paško</i>'</li> </ul>
<b>Ključni ne-ugostiteljski turistički sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Središte Paga:</b> Uređena povijesna jezgra, uključujući prenamijenjene i obnovljene Magazine soli; uređene rive prema hotelima Pagus i Bellevue, uređena zona Prosika-Lokunja; opremljeno turističkom signalizacijom i interpretacijom; ponuda (samo)vođenih obilazaka</li> <li>– <b>Muzej Paške čipke:</b> Smješten u povijesnoj jezgri; interaktivan postav; muzejski dućan; ponuda vođenih tura; program radionica i seminara; škola Paške čipke</li> <li>– <b>Interpretacijski centar Grada Paga:</b> Smješten u npr. Kuli Skrivanat interpretira povijest Grada Paga, interaktivan postav, vođene ture, vidikovac</li> <li>– <b>Interpretacijski centar soli:</b> Organiziran kao 'dispersirani muzej' s glavnim izložbenim prostorom u jednom od Magazina soli te dodatno obuhvaća poučnu stazu 'Put soli' na potezu Magazini-Solana Pag, revitalizirane bazene soli i samu Solanu Pag; interaktivan postav; dućan soli; ponuda vođenih tura;</li> <li>– <b>Interpretacijski centar paške ovce i sira:</b> Smješten u pastirskoj kući u ruralnom krajoliku, u neposrednoj blizini Paga; obuhvaća interaktivan postav, uključujući rekonstrukciju 'imanja'; kušaona sireva; dućan s proizvodima od ovce; ponuda vođenih tura; program radionica i seminara</li> <li>– <b>Muzej baškotina:</b> Inicijativa sestara Benediktinki; postav; muzejski dućan</li> <li>– <b>Arheološki kompleks Stari grad:</b> Djelomično rekonstruiran i uređen kompleks; uređena šetnica Pag-Stari grad; opremljeni diskretnom turističkom signalizacijom i interpretacijom; ponuda (samo)vođenih obilazaka</li> <li>– <b>Tematske 'gastro' ceste:</b> Ponuda nekoliko tematiziranih ruta i poučnih staza (npr. ovce, sol, maslinovo ulje, vino, ljekovito bilje, med i sl.); degustacije, prateća ugostiteljska ponuda; sustav 'dežurstava' i radno vrijeme; sve tematske ceste opremljene turističkom signalizacijom i interpretacijom</li> <li>– <b>'Marker' manifestacije:</b> Paško kulturno ljeto, Međunarodni festival čipke, Pag Art Festival; inovacija postojeće gastronomske manifestacije Pozdrav ljetu</li> <li>– <b>Trgovina:</b> 'Paški dućan' s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima</li> <li>– <b>Turističke informacije:</b> Centar za posjetitelje 'Paška kuća' (Pag)</li> </ul>

Sport i rekreacija	
Cikloturizam Pješačenje Ronjenje Sportovi na moru Adrenalinski sportovi	
<b>Glavni ciljni segmenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mladi (18-25)</li> <li>– Mladi parovi (26-35)</li> <li>– Sportski klubovi</li> <li>– Pasionirani sportaši</li> </ul>
<b>Pozicioniranje Grada Paga</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Jedinstvena destinacija kontrastnih krajolika izuzetno atraktivnih za cikloturizam, pješačenje i adrenalinske sportove</li> <li>– Atraktivnost obale i raspoloživost vjetrova za sportove na moru</li> <li>– Atraktivnost podmorja za ronjenje</li> <li>– Velik broj lijepih plaža, čistoća i ljepota mora</li> <li>– Lako dostupno otočko mjesto</li> </ul>
<b>Ključni ugostiteljski sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Smještaj:</b> Hoteli, kampovi, obiteljski smještaj; udobni objekti; 'zelena' praksa; kvaliteta 3*-4*; dio objekata obiteljskog smještaja specijaliziran i certificiran prema 'Welcome' standardima (npr. 'Cyclists Welcome')</li> <li>– <b>Hrana i piće:</b> Jednostavniji, udobni restorani, konobe, kušane (vino, sir, ulje), OPG, 'tapas stil' barovi; inovativni 'gastro punkt' koji objedinjava više manjih, raznovrsnih objekata, trgovina hrane, vina i sl. na jednom mjestu (npr. u jednom od Magazina soli); naglašena domaća hrana te u većini objekata uključeno nekoliko 'domaćih menija'</li> </ul>
<b>Ključni ne-ugostiteljski turistički sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Mreža raznovrsnih cikloturističkih ruta:</b> Ceste, staze i 'kapilarni' putovi različite dužine i težine kroz atraktivan krajolik; dio tematiziran (npr. bura, ljekovito bilje, sol, ovce i sl.); opremljene odmorištima, vidikovcima, turističkom signalizacijom i interpretacijom; mogućnost najma bicikla; prijedlozi itinerera, ponuda vođenih tura; ponuda transfera</li> <li>– <b>Mreža raznovrsnih pješačkih ruta:</b> Šetnice i staze različite dužine i težine kroz atraktivan krajolik; dio tematiziran (npr. bura, ljekovito bilje, sol, ovce i sl.); mreža opremljena turističkom signalizacijom, interpretacijom, odmorištima i vidikovcima; prijedlozi itinerera, ponuda vođenih tura; ponuda transfera</li> <li>– <b>Centri sportova na moru:</b> Ponuda ronjenja, veslanja, morskog kajaka, raznih oblika surfinga, paraglidinga i sl.; mogućnost najma opreme; ponuda 'škola' jedrenja, veslanja, sportova na moru, ronjenja</li> <li>– <b>Sportsko-rekreacijska zona:</b> Javni tereni za ekipne sportove, tenis tereni</li> <li>– <b>Veslačka staza:</b> Opremljena za rekreativce, klupske treninge i profesionalce</li> <li>– <b>Centar penjanja:</b> Ponuda staza za tehničko penjanje, umjetnog zida za penjanje; mogućnost najma opreme; ponuda 'škole' penjanja</li> <li>– <b>Plaže:</b> Uređene plaže; dio plaža tematiziran i uređen kao 'plaža sa sportskim i rekreativnim sadržajima'; također prirodne, udaljene plaže – eko plaže</li> <li>– <b>'Marker' manifestacije:</b> Surfing regata; kajaking regata na Maun; novo veslačko natjecanje (potrebno osmisliti); nova biciklistička/MTB manifestacija (potrebno osmisliti)</li> <li>– <b>Trgovina:</b> Specijalizirane trgovine sa sportskom opremom; 'Paški dućan' s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima</li> <li>– <b>Servisi:</b> Mogućnost 'malih' popravaka sportske opreme</li> <li>– <b>'Turistički prijevoz':</b> Kružni 'hop on-hop off' cestovni prijevoz (npr. mini-bus, vlakić), mogućnost prihvata bicikla</li> <li>– <b>Turističke informacije:</b> Centar za posjetitelje 'Paška kuća' (Pag) i sustav TIC-eva</li> </ul>



## Nautički turizam

### Jahting

<b>Glavni ciljni segmenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zrela dob (55-65)</li> <li>– Mladi parovi (26-35)</li> <li>– Obitelji s djecom</li> <li>– Pasionirani nautičari</li> </ul>
<b>Pozicioniranje Grada Paga</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Atraktivnost izuzetno razvedene obale</li> <li>– Velik broj lijepih plaža, čistoća i ljepota mora</li> <li>– Jedinstvena jadranska destinacija kontrasta i dinamike</li> <li>– Živahna gastronomska scena bazirana na autohtonim, tradicijskim jelima i namirnicama (paška janjetina, paški sir, paško maslinovo ulje)</li> <li>– Atraktivnost prostora za cikloturizam, pješačenje, sportove na moru i ronjenje</li> </ul>
<b>Ključni ugostiteljski sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Hrana i piće:</b> Raznolika ponuda restorana, konoba, bistroa, kušaona (vino, sir, ulje), OPG, 'tapas stil' barova; inovativni 'gastro punkt' koji objedinjava više manjih, raznovrsnih objekata, trgovina hrane, vina i sl. na jednom mjestu (npr. u jednom od Magazina soli); naglašena ponuda domaće kuhinje, ali i nekoliko objekata sa suvremenim odmakom; naglašene namirnice lokalnog uzgoja označene markom '<i>Izvorno paško</i>'</li> </ul>
<b>Ključni ne-ugostiteljski turistički sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Marine:</b> Prirodno zaštićene lokacije; vezovi u moru, manji broj suhih vezova; manji broj plovila u charteru; centralni objekt s pratećim ugostiteljskim i trgovačkim sadržajima</li> <li>– <b>Luke otvorene za javni promet:</b> Uređeni tranzitni nautički vezovi</li> <li>– <b>'Marker' manifestacije:</b> Surfing regata; Kajaking regata na Maun</li> <li>– <b>Najam sportske opreme:</b> Više točaka za najam bicikla i opreme za hodanje, mogućnost preuzimanja i vraćanja na različitim lokacijama</li> <li>– <b>Trgovina:</b> Specijalizirane trgovine sa sportskom opremom; 'Paški dućan' s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima</li> <li>– <b>Servisi:</b> Mogućnost 'malih' popravaka sportske opreme</li> <li>– <b>'Turistički prijevoz':</b> Kružni '<i>hop on-hop off</i>' cestovni prijevoz (npr. mini-bus, vlakić), mogućnost prihvata bicikla</li> <li>– <b>Turističke informacije:</b> Centar za posjetitelje 'Paška kuća' (Pag) i sustav TIC-eva</li> </ul>

Zdravstveni turizam	
Wellness Medicinski wellness	
<b>Glavni ciljni segmenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zrela dob (55-65)</li> <li>– Mladi parovi (26-35)</li> <li>– Treća dob (66+)</li> <li>– Osobe s medicinskim indikacijama</li> </ul>
<b>Pozicioniranje Grada Paga</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Inovativna ponuda wellnessa i medicinskog wellnessa bazirana na ljekovitim svojstvima prirodne soli i blata</li> <li>– Jedinstvena jadranska destinacija kontrasta i dinamike</li> <li>– Živahna gastronomska scena bazirana na autohtonim, tradicijskim jelima i namirnicama (paška janjetina, paški sir, paško maslinovo ulje)</li> <li>– Velik broj lijepih plaža, čistoća i ljepota mora</li> <li>– Atraktivnost prostora za cikloturizam, pješaćenje, sportove na moru i ronjenje</li> <li>– Lako dostupno otočko mjesto</li> </ul>
<b>Ključni ugostiteljski sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Smještaj:</b> Hoteli (uključujući resort naselja), mali obiteljski hoteli, obiteljski smještaj; udobni objekti sa šarmom; 'zelena praksa'; kvaliteta 4*; dio hotela kategoriziran prema posebnim standardima za 'Wellness' (MINT)</li> <li>– <b>Hrana i piće:</b> Raznolika ponuda restorana, konoba, bistroa, kušaona (vino, sir, ulje), OPG, 'tapas stil' barova; inovativni 'gastro punkt' koji objedinjava više manjih, raznovrsnih objekata, trgovina hrane, vina i sl. na jednom mjestu (npr. u jednom od Magazina soli); naglašena ponuda domaće kuhinje, ali i nekoliko objekata sa suvremenim odmakom; naglašene namirnice lokalnog uzgoja označene markom 'Izverno paško'; u smještajnim objektima 'zdravi meniji' ili meniji prilagođeni wellness tretmanu</li> </ul>
<b>Ključni ne-ugostiteljski turistički sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Wellness centri:</b> U sklopu hotela ili izdvojeni (samostalni) objekti; ponuda bazirana na ljekovitim svojstvima prirodne soli i blata (npr. sol i/ili blato u tretmanima, kupanje u salamuri, slane sobe i sl.); u ponudi medicinskog wellnessa obavezne liječničke usluge i nadzor; također ponuda masaža, fitnessa, sauna, fizikalne terapije, nutricionističkog savjetovanja; mjestimično uključena i ponuda alternativne i homeopatske medicine; nositelji ponude posluju prema standardima odabranog međunarodnog certifikata za wellness</li> <li>– <b>'Bazen' ljekovitog blata:</b> Uređena lokacija; turistička interpretacija</li> <li>– <b>Bazeni salamure:</b> Uređeni bazeni s jedinstvenom ponudom za kupanje u moru/vodi s visokom saturacijom soli; turistička interpretacija</li> <li>– <b>Medicinske ustanove:</b> Lokalno dostupne medicinske usluge (Pag, Zadar)</li> <li>– <b>Najam sportske opreme:</b> Više točaka za najam bicikla i opreme za hodanje, mogućnost preuzimanja i vraćanja na različitim lokacijama</li> <li>– <b>Trgovina:</b> 'Paški dućan' s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima; linija kozmetičkih ili wellness proizvoda na bazi soli</li> <li>– <b>'Turistički prijevoz':</b> Kružni 'hop on-hop off' cestovni prijevoz (npr. mini-bus, vlakić), mogućnost prihvata bicikla</li> <li>– <b>Turističke informacije:</b> Centar za posjetitelje 'Paška kuća' (Pag) i sustav TIC-eva</li> </ul>
<b>Ljudski resursi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Zdravstveno-turistički kadar:</b> Licencirano osoblje na svom razinama i u svim profilima, uključujući alternativnu i homeopatsku medicinsku praksu; osoblje educirano i za rad u turizmu; poznavanje stranih jezika</li> </ul>
<b>Uređenje destinacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Primjena 'zelene' prakse za destinacije:</b> Komunalni standardi, hortikultura, pješačke zone, minimiziran ili eliminiran utjecaj zagađivača</li> </ul>

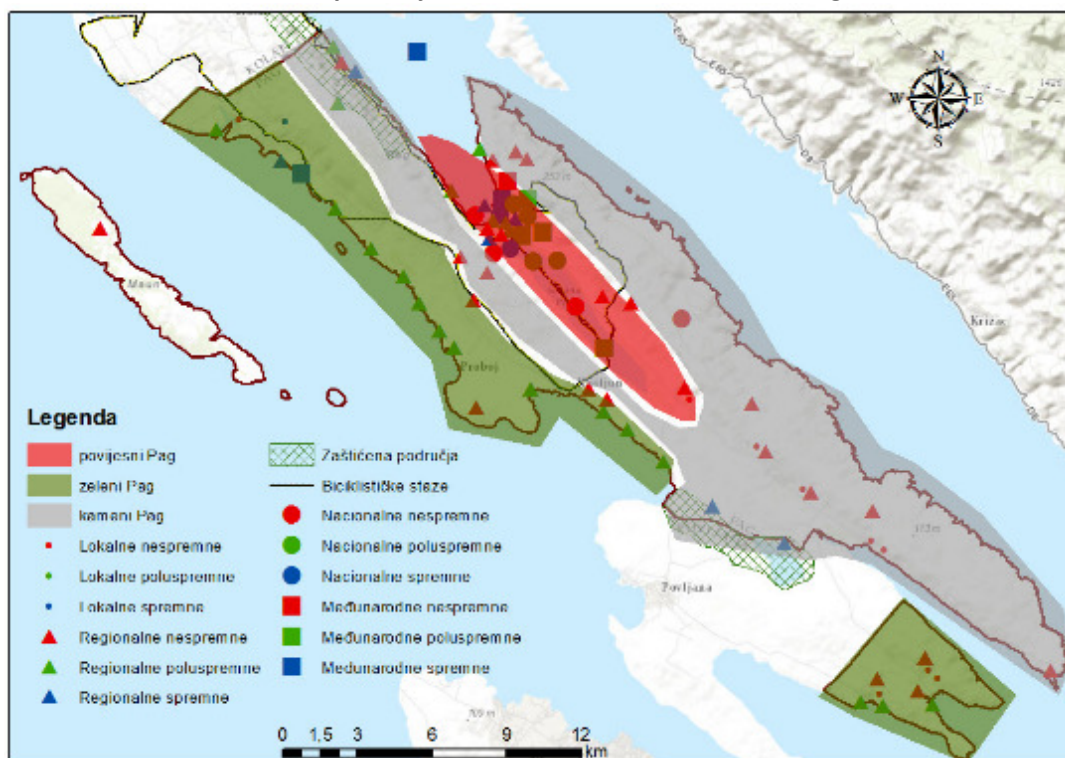
Poslovni turizam	
Poslovna putovanja Poslovni skupovi Team-building	
Glavni ciljni segmenti	– Tvrtke – Javne institucije i ustanove – PCO i DMC
<b>Pozicioniranje Grada Paga</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Privlačna destinacija za manje poslovne skupove i za team-buidling programe</li> <li>– Jedinstvena jadranska destinacija kontrasta i dinamike</li> <li>– Kvalitetni smještajni objekti i kapaciteti za poslovne skupove</li> <li>– Lako dostupno otočko mjesto</li> </ul>
<b>Ključni ugostiteljski sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Smještaj:</b> Hoteli (uključujući resort naselja); udobni objekti sa šarmom; 'zelena praksa'; 'radni kutak' s osnovnom uredskom opremom i besplatnim WiFi-om); kvaliteta 4*; dio hotela kategoriziran prema posebnim standardima za 'Meetings' (MINT)</li> <li>– <b>Hrana i piće:</b> Raznolika ponuda restorana, konoba, bistroa, kušaona (vino, sir, ulje), OPG, 'tapas stil' barova; inovativni 'gastro punkt' koji objedinjava više manjih, raznovrsnih objekata, trgovina hrane, vina i sl. na jednom mjestu (npr. u jednom od Magazina soli); naglašena ponuda domaće kuhinje, ali i nekoliko objekata sa suvremenim odmakom; naglašene namirnice lokalnog uzgoja označene markom '<i>Izvorno paško</i>'</li> <li>– <b>Ponuda catering usluga:</b> Priprema, dostava i usluživanje; naglašena ponuda domaće kuhinje; naglašene namirnice lokalnog uzgoja označene markom '<i>Izvorno paško</i>'</li> <li>– <b>Kapaciteti za poslovne skupove:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Dvorane u hotelima – dvorane za skupove, 10-300 sjedećih mjesta, multifunkcionalne/'pregradive' iz velikog u više manjih prostora, moguće zamračivanje, audio i video oprema, WiFi; prateći ugostiteljski sadržaji</li> <li>– Dvorane u povijesnim zgradama (npr. Knežev dvor, muzeji, interpretacijski centri) – audio i video oprema, WiFi; mogućnost cateringa</li> </ul> </li> <li>– <b>Ponuda za team-building:</b> Programi za poslovne grupe koji kombiniraju aktivnosti iz domena sporta i rekreacije, adrenalinskog sporta, wellness-a, eno-gastronomije i kulture</li> <li>– <b>Prirodne 'marker' atrakcije:</b> Uređeni lokaliteti Ornitološki rezervati Malo i Velo Blato, Park šuma Dubrava-Hanzine, vidikovci na Sv. Vidu i predjelu Ravne</li> <li>– <b>Kulturne 'marker' atrakcije:</b> Povijesna jezgra; Stari grad; Muzej čipke; Muzej baškotina; Interpretacijski centar soli; Interpretacijski centar paške ovce i sira;</li> <li>– <b>Mreža raznovrsnih cikloturističkih ruta:</b> Ceste, staze i 'kapilarni' putovi različite dužine i težine kroz atraktivan krajolik; dio tematiziran (npr. bura, ljekovito bilje, sol, ovce i sl.); opremljene odmorištima, vidikovcima, turističkom signalizacijom i interpretacijom; mogućnost najma bicikla; prijedlozi itinerera</li> <li>– <b>Mreža raznovrsnih pješačkih ruta:</b> Šetnice i staze različite dužine i težine kroz atraktivan krajolik; dio tematiziran (npr. bura, ljekovito bilje, sol, ovce i sl.); mreža opremljena turističkom signalizacijom, interpretacijom, odmorištima i vidikovcima; prijedlozi itinerera</li> <li>– <b>Centri sportova na moru:</b> Ponuda ronjenja, veslanja, morskog kanuinga, raznih oblika surfinga, paraglidinga i sl.; mogućnost najma opreme</li> <li>– <b>Trgovina:</b> 'Paški dućan' s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima</li> <li>– <b>Turističke informacije:</b> Centar za posjetitelje 'Paška kuća' (Pag)</li> </ul>
<b>Ključni ne-ugostiteljski turistički sadržaji</b>	

### 6.3. Prostorna koncepcija

Polazeći od specifičnosti resursno-atraksijske osnove Grada Paga te uvažavajući odrednice postojećih prostorno-planskih i strateških dokumenata, planirane javne i poduzetničke razvojne projekte u turizmu (točka 2.5.) kao i prethodno opisane sadržaje predviđenih turističkih proizvoda, u Gradu se prepoznaju tri snažna, prostorno i sadržajno međusobno različita područja turističke aktivnosti. To su:

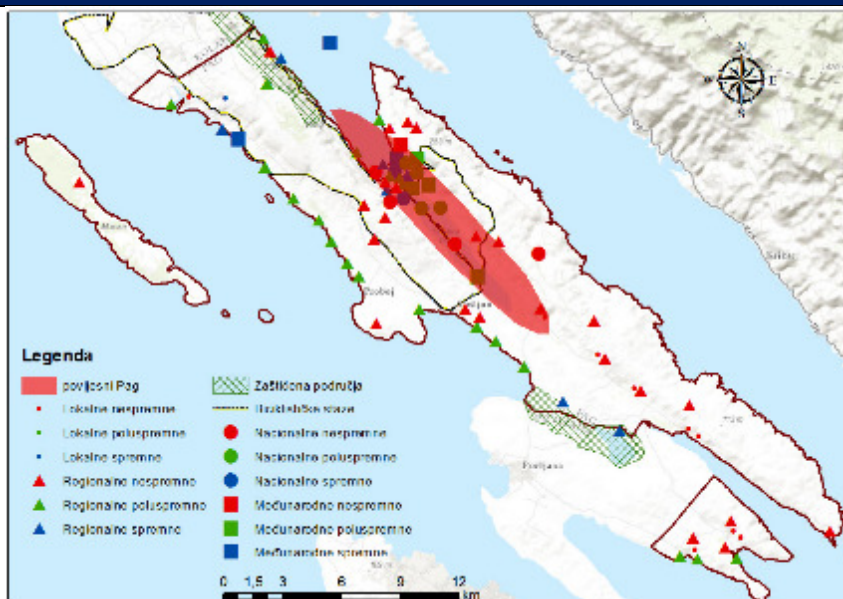
- **Povijesni Pag – Kulturno središte i 'mjesto susreta':** Područje obuhvaća povijesnu jezgru Paga, urbani potez uz Paški zaljev na relaciji Bošana-Kotica, zatim Stari grad i bazene soli sa solanom. Ovo je povijesno i kulturno središte Grada Paga te 'epicentar' turističke aktivnosti. Uređen, urbaniziran prostor, vjeran svom renesansnom predlošku i duhu dalmatinskog, kamenog gradića, s nizom znamenitosti i zanimljivosti, ponajprije jedinstvenima Muzejom Paške čipke, Magazinima i bazenima soli te Starim gradom, s vrlo živahnom ugostiteljskom, trgovačkom i zabavnom scenom, nizom finih, gradskih hotela, lijepih riva i gradskih plaža, ovo je mjesto gdje svi dolaze ... u kupnju, na kavu, na koncerte i predstave, na večere, u šetnju ...
- **Kameni Pag – Mjesto avanture:** Područje obuhvaća jedinstveno paški, burom i soli ogoljen kameni pejzaž koji, prekinut tek malim oazama ptica i izvorne hrastove šume, čini Pag tako upečatljivim. Omeđen stijenama i liticama, prošaran brdskim vrhovima i ispresijecan stazama, ovo je carstvo manjih i većih avanturista svih vrsta, od biciklista, planinara, šetača i ronionca do penjača, surfera i letača ... i, dakako, 35.000 ovaca.
- **Zeleni Pag – Mjesto opuštanja:** Područje obuhvaća blage zelene padine jugo-zapadne obale. Uvale, brojne plaže, hlad, pejzažno uklopljeni turistički kompleksi nove paške rivijere, mala, tradicionalna i šarmantna sela Šimuni, Proboj, Košljun, Smokvica i Vlašići čine ovo područje mjestom jednostavnih užitaka u izvornoj prirodi, domaćoj gastronomiji, druženju i opuštanju.

Slika 6.3.1. Karakteristična područja turističke aktivnosti u Gradu Pagu



Različiti profili ovih turističkih područja podržavaju ponudu sadržajno diversificiranih, ali komplementarnih turističkih proizvoda te ujedno omogućavaju disperziju turističke aktivnosti na području cijelog Grada. Svako od područja detaljnije se opisuje u nastavku ove točke.

## Povijesni Pag – Kulturno središte i 'mjesto susreta'



Odmor na suncu i moru  
Kulturni turizam  
Zdravstveni turizam  
Poslovni turizam

### Smještaj

Dio objekata s markama kvalitete:

- Za hotele posebni standardi MINT-a ('Family', 'Wellness', 'Meetings', hoteli baština)
- Za obiteljski smještaj 'Welcome' sheme ('Families Welcome')

- Hoteli, mali obiteljski/boutique hoteli, difuzni hoteli, hotelska resort naselja; prioritetne lokacije:
  - Turistička zona Kotica, moguće pozicioniranje kao resorta za obitelji,
  - Turistička zona Bošana
- Hotel Bellevue, rekonstrukcija, moguće pozicioniranje kao wellness hotela
- Obiteljski smještaj

### Hrana i piće

- Raznolika ponuda restorana, konoba, bistroa, kušaona (vino, sir, ulje), 'tapas stil' barova
- Inovativni 'gastro punkt' koji objedinjava više manjih, raznovrsnih objekata, trgovina hrane, vina i sl. na jednom mjestu (npr. u jednom od Magazina soli)

### Atrakcije

- Povijesna jezgra Paga
- Magazini soli
- Muzej i škola Paške čipke
- Muzej baškotina
- Interpretacijski centar Grada Paga
- Interpretacijski centar soli i Solana Pag
- Arheološki kompleks Stari grad

### Ponuda za poslovne skupove

- Dvorane za skupove i sastanke
  - Polivalentne dvorane u hotelima, kapacitet 10-300 sjedećih mjesta
  - Dvorane u povijesnim zgradama (npr. Knežev dvor, muzeji i interpretacijski centri)
- Prateće usluge
  - Najam audio i video opreme; tehnička podrška
  - Catering

### Ponuda zdravstvenog turizma

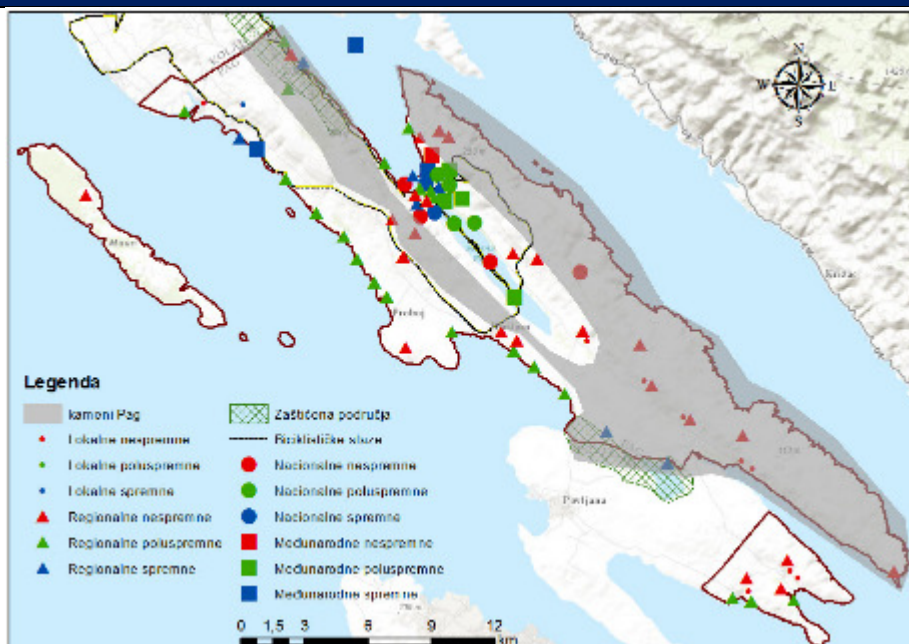
- Wellness centri
  - Izdvojen (samostalan) objekt u zoni Prosika-Lokunja
  - Wellness u sklopu jednog ili više gradskih hotela



	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Bazeni salamure – sklop bazena za kupanje u moru/vodi s visokom saturacijom soli; locirani u zoni Solane Pag</li> <li>– Lokacija taloženja ljekovitog blata u zoni Prosika-Lokunja</li> <li>– Stručno i licencirano wellness osoblje</li> </ul>
<b>Plaže</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Tematizirane i uređene plaže: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mađarica – plaža sa sportskim i rekreativnim sadržajima</li> <li>– Prosika – urbana promenadna plaža</li> <li>– Bašaca – resort (hotelska) plaža, dio plaža za pse</li> <li>– Bošana – resort (hotelska) plaža</li> <li>– Ostale uz Paški zaljev – plaža za obitelji s djecom, plaža sa sportskim i rekreativnim sadržajima</li> </ul> </li> </ul>
<b>Pješačke i cikloturističke rute/Tematske ceste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pješačke šetnice <ul style="list-style-type: none"> <li>– Riva i šetnica uz Paški zaljev</li> </ul> </li> <li>– Pješačke i cikloturističke rute <ul style="list-style-type: none"> <li>– Magazini soli-Solana Pag, tematizirana kao poučni put 'Put soli'; ova ruta uključuje i prijevoz rekonstruiranom željeznicom</li> <li>– Magazini soli-Stari grad</li> <li>– Pag je ishodište/odredište niza ruta kroz područje Grada i otoka</li> </ul> </li> <li>– Pješački, biciklistički i automobilski put <ul style="list-style-type: none"> <li>– Vinska cesta do lokacije Studeno</li> </ul> </li> </ul>
<b>Sportsko-rekreacijski objekti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sportsko-rekreacijska zona Prosika-Lokunja, tereni za ekipne sportove, tenis</li> <li>– Veslačka staza, JZ rub solane</li> <li>– Centar sportova na moru, predio Bošana, naglasak na ponudi i 'školama' surfinga, paraglidinga, jedrenja i ronjenja</li> <li>– Nautički vezovi, Luka Pag</li> </ul>
<b>Marker manifestacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Međunarodni festival čipke</li> <li>– Paško kulturno ljetno</li> <li>– Pag Art Festival</li> <li>– Gastro manifestacija Pozdrav ljetu</li> <li>– Veslačko natjecanje</li> </ul>
<b>Trgovina</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 'Paški dućan' s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima na nekoliko lokacija u središtu Grada, uključujući središnji Centar za posjetitelje</li> <li>– Specijalizirana trgovina sa sportskom opremom; mogućnost 'malih popravaka' bicikla</li> </ul>
<b>Najam sportske opreme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Puntkovi za najam bicikla i opreme za hodanje na više lokacija, npr. središnji Centar za posjetitelje i trgovina sportskom opremom</li> <li>– Mogućnost vraćanja opreme na različitim lokacijama</li> </ul>
<b>Turistički prijevoz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kružni 'hop on-hop off' cestovni prijevoz: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Vlakić na ruti Bošana-plaža Prosika</li> <li>– Stanice 'hop on-hop off' mini-busa Pag i Solana Pag (dio trase koja obuhvaća cijelo područje Grada)</li> </ul> </li> </ul>
<b>Turističke informacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Središnji Centar za posjetitelje 'Paška kuća'</li> <li>– Ponuda (samo)vođenih obilazaka povijesne jezgre, Staroga grada i Solane Pag</li> <li>– Ponuda vođenih pješačkih i cikloturističkih tura</li> <li>– Ponuda transfera</li> </ul>
<b>Uređenje prostora</b>	<p>Uređenje počiva na poštovanju i očuvanju 'duha mjesta'; visoki komunalni standardi, hortikultura, pješačke zone, primjena 'zelene' prakse za turističke destinacije</p>



## Kameni Pag – Mjesto avanture



**Sport i rekreacija**  
**Odmor na suncu i moru**

### Smještaj

Dio objekata s markama kvalitete:

– Za obiteljski smještaj 'Welcome' sheme ('Cyclists Welcome')

- Obiteljski smještaj
- OPG

### Hrana i piće

- Ponuda konoba, kušaona (proizvodi od sira)
- Ponuda hrane na OPG

### Atrakcije

- Interpretacijski centar paške ovce i sira
- Ruralne cjeline Dinjiška, Stara Vas, Vrčići, Miškovići
- Vidikovci
- Sv. Vid
- Predio Ravne
- Ornitološki rezervat Velo i Malo blato
- Park šuma Dubrava-Hanzine

### Plaže

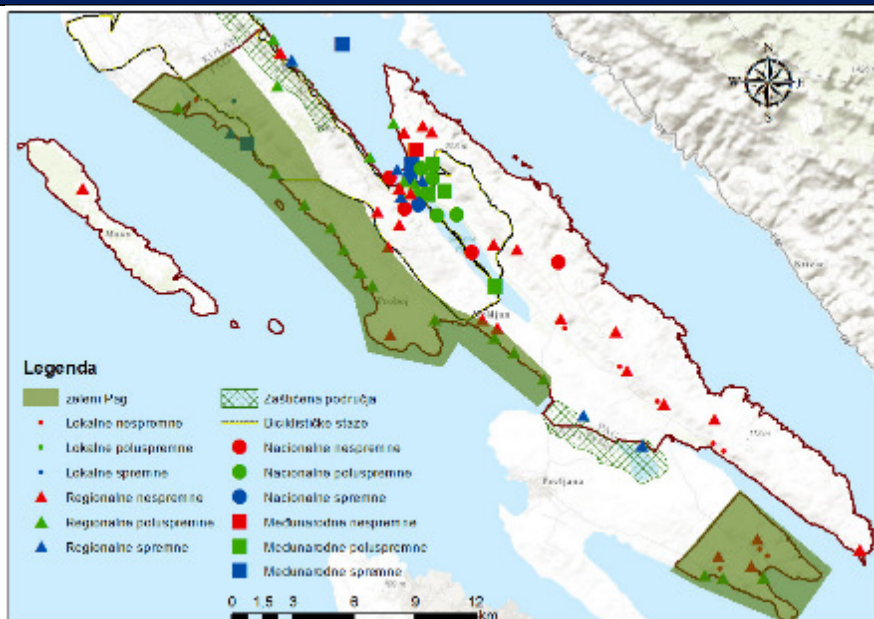
- Tematizirane i uređene plaže:
- Uz Paški zaljev – plaža sa sportskim i rekreativnim sadržajima (blizina staza za penjanje)
- Uz uvalu Vlašići – plaža za obitelji s djecom, plaža za pse

### Pješačke i cikloturističke rute/Tematske ceste

- Cikloturističke i MTB rute
- Pag-predio Ravne-Solana-Pag, tematizirana u segmentima kao npr. 'bura', 'sol', 'ovce i sir', 'ljekovito bilje', 'med'
- Pag-Bošana-Šimuni-Košljun-Velo i Malo blato-Pag, tematizirana u segmentima kao npr. 'ovce i sir', 'ljekovito bilje', 'med', 'ptice'
- Pješačke i planinarske rute
- Predio Ravne, tematizirana kao 'Ruta kamena, bure i soli'
- Dubrava-Sv. Vid i Stari Šimuni-Sv.Vid
- Oko Velog i Malog blata, tematizirana kao 'Ruta ptica'

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Centar penjanja</li> <li>– Penjačke staze na zapadnom dijelu Paškog zaljeva, padine Sv. Vida uz Rezervat Dubrava-Hanzine</li> </ul>
<b>Sportsko-rekreacijski objekti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Nautički vezovi, Luke Dinjiška i Miškovići</li> </ul>
<b>Marker manifestacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Biciklistička/MTB manifestacija</li> </ul>
<b>Trgovina</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 'Paški dućan', izveden u obliku nekoliko izdvojenih, posebno uređenih polica, s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima u lokalnim trgovinama u Dinjiškoj i Miškovićima</li> <li>– 'Prodaja na kućnom pragu' OPG gospodarstva</li> </ul>
<b>Najam sportske opreme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– TIC Miškovići - punktovi za najam bicikla i opreme za hodanje</li> <li>– Mogućnost vraćanja opreme na različitim lokacijama</li> </ul>
<b>Turističke informacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– TIC Miškovići</li> <li>– Ponuda vođenih pješačkih i cikloturističkih tura</li> <li>– Ponuda transfera</li> </ul>
<b>Uređenje prostora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uređena mala obalna mjesta – komunalni standard, središte mjesta, uređeni dijelovi obale, javna hortikultura, fasade, šture i okućnice</li> <li>– Održavani suhozidi</li> <li>– Turistička infrastruktura urbanizmom i gradnjom uklopljena u prostor, oblikovanjem poštuje 'duh mjesta'</li> <li>– Infrastrukturni objekti oblikovanjem uklopljeni u prostor</li> <li>– Osiguran prostor oko vjetroelektrana s jasno označenim mogućnostima obilaska</li> <li>– Maksimalna se pažnja posvećuje očuvanju prirodnih obilježja prostora</li> </ul>

## Zeleni Pag – Mjesto opuštanja



Odmor na suncu i moru  
Sport i rekreacija  
Nautički turizam  
Zdravstveni turizam  
Poslovni turizam

### Smještaj

Dio objekata s markama kvalitete:

- Za hotele posebni standardi MINT-a ('Family', 'Holiday resort', 'Wellness')
- Za obiteljski smještaj 'Welcome' sheme ('Families Welcome', 'Cyclists Welcome')

- Hotelska resort naselja, hoteli, mali obiteljski/boutique hoteli; prioritetne lokacije:
  - Turistička zona Paška rebra 3-zapad
  - Turistička zona Smokvica-Konjska
- Kampovi; prioritetne lokacije:
  - Turistička zona Suha punta, Šimuni
- Obiteljski smještaj

### Hrana i piće

- U hotelskim resort naseljima – ponuda a la carte restorana, konoba, barova
- U mjestima - ponuda restorana, konoba, kušaona (vino, sir, ulje), 'tapas stil' barova

### Atrakcije

- Slikovita mala otočka mjesta – Šimuni, Proboj, Košljun, Smokvica, Vlašići

### Ponuda za poslovne skupove

- Dvorane za skupove i sastanke
  - Polivalentne dvorane u hotelima, kapacitet 10-300 sjedećih mjesta
- Prateće usluge
  - Najam audio i video opreme; tehnička podrška

### Ponuda zdravstvenog turizma

- Wellness centri
  - Wellness u sklopu jednog ili više hotelskih resorta, hotela, u kampu
- Stručno i licencirano wellness osoblje

### Plaže

- Tematizirane i uređene plaže:
  - Kamp Šimuni – plaža za obitelji s djecom; plaža sa zabavnim sadržajima za mlade
  - Hotelska resort naselja - resort (hotelska) plaža
  - U mjestima - plaža za obitelji s djecom, plaža sa sportskim i rekreativnim sadržajima
  - Prirodne, udaljene plaže – eko plaže

<b>Pješačke i cikloturističke rute/Tematske ceste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cikloturističke rute</li> <li>– Pag-Bošana-Šimuni-Košljun-Velo i Malo blato-Pag, tematizirana u segmentima kao npr. 'ovce i sir', 'ljekovito bilje', 'med', 'ptice'</li> <li>– Pješačke rute</li> <li>– Šimuni-Proboj-Košljun, tematizirana kao 'Ruta sjajnih pogleda'</li> <li>– Stari Šimuni-Sv. Vid</li> <li>– Oko Velog i Malog blata, tematizirana kao 'Ruta ptica'</li> <li>– Smokvica-Vlašići, 'Paleontološka staza'</li> </ul>
<b>Marine i sportsko-rekreacijski objekti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Marina Šimuni, 190 vezova u moru, 45 suhi vez</li> <li>– Marina Košljun, 500 vezova (u moru)</li> <li>– Nautički vezovi, Luke Šimuni, Košljun, Smokvica, Vlašići</li> <li>– Centar sportova na moru, Šimuni, naglasak na ponudi i 'školama' ronjenja, morskog kajaka, surfinga</li> <li>– Ronilački centri Košljun, Smokvica</li> </ul>
<b>Marker manifestacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Surfing regata</li> <li>– Kajaking regata na Maun</li> </ul>
<b>Trgovina</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Šimuni, Košljun – 'Paški dućan' s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima na nekoliko lokacija u središtu Grada, uključujući u TIC-evima</li> <li>– Šimuni – specijalizirana trgovina sa sportskom opremom; mogućnost 'malih popravaka' bicikla</li> </ul>
<b>Najam sportske opreme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Šimuni, Košljun, Smokvica, Vlašići – punktovi za najam bicikla i opreme za hodanje na više lokacija</li> <li>– Mogućnost vraćanja opreme na različitim lokacijama</li> </ul>
<b>Turistički prijevoz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kružni 'hop on-hop off' cestovni prijevoz:</li> <li>– Stanice 'hop on-hop off' mini-busa Šimuni i Košljun (dio trase koja obuhvaća cijelo područje Grada)</li> </ul>
<b>Turističke informacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– TIC Šimuni, TIC Smokvica</li> <li>– Ponuda vođenih pješačkih i cikloturističkih tura</li> <li>– Ponuda transfera</li> </ul>
<b>Uređenje prostora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uređena mala obalna mjesta – komunalni standard, središte mjesta, uređeni dijelovi obale, javna hortikultura, fasade, šture i okućnice</li> <li>– Turistička infrastruktura urbanizmom i gradnjom uklopljena u prostor, oblikovanjem poštuje 'duh mjesta'</li> <li>– Infrastrukturni objekti oblikovanjem uklopljeni u prostor</li> <li>– Aktiviranje maslinika</li> <li>– Maksimalna se pažnja posvećuje očuvanju prirodnih obilježja prostora</li> </ul>

## **7.** Akcijski plan<sup>30</sup>

Akcijski plan definira i razrađuje, prema području, cilju, prioritetu, opisu, nositelju i ostalim dionicima te provedbenim aktivnostima, izvorima financiranja i terminskom planu realizacije, 30 programa koje je do 2020. godine potrebno realizirati kako bi se ostvarili postavljeni ciljevi i koncepcija razvoja turizma Grada Paga. Sukladno uspostavljenom sustavu prioriteta strategija, programi su organizirani u osam strateških grupa/područja djelovanja čija je realizacija planirana do 2020. godine, iako se očekuje da će provedba pojedinih programa biti potrebna i do 2025. godine:

### **Destinacijski 'imidž' projekti**

Program 1: Muzej paške čipke

Program 2: Magazini soli

Program 3: Interpretacijski centar paške soli

Program 4: Interpretacijski centar paške ovce i sira

Program 5: Uređenje Starog grada Paga

Program 6: Paški festival hrane i vina

### **Razvoj destinacijske javne turističke infrastrukture**

Program 7: Sustav turističko-informativnih centara

Program 8: Sustav turističke signalizacije i interpretacije

Program 9: Uređenje plaža

Program 10: Mreža uzmorskih šetnica–lungo mare

Program 11: Sustav pješačkih i cikloturističkih staza

Program 12: Vidikovci

### **Unapređenje kvalitete i povećanje obujma ugostiteljske ponude**

Program 13: Razvoj hotelske ponude

Program 14: Unapređenje kvalitete obiteljskog smještaja i razvoj ruralnog turizma

Program 15: Jačanje eno-gastronomske ponude

### **Razvoj inovativne i kreativne ponude turističkih usluga**

Program 16: Paški dućan – domaći proizvodi

Program 17: Sport i rekreacija: nove sportske manifestacije i sportski sadržaji

Program 18: Razvoj zdravstveno-turističkih sadržaja

Program 19: Koncept namjene i uređenja kule Skrivanat

Program 20: Turistifikacija lokaliteta Ornitološki rezervat Malo i Velo blato

Program 21: Turistifikacija lokaliteta Dubrava-Hanzine

Program 22: Turističko posredovanje

### **Razvoj prepoznatljivog tržišnog identiteta**

Program 23: Vizualni identitet Grada Paga

Program 24: Turistički tiskani promocijski materijali

Program 25: Web stranice TZ Grada Paga

### **Podizanje razine kvalitete ljudskih potencijala**

Program 26: Sustav cjeloživotnog obrazovanja

Program 27: Interni marketing

<sup>30</sup> Brojevi poglavlja nastavljaju se na brojeve poglavlja II izvješća budući da čine cjelinu Strateškog plana razvoja turizma grada Paga.

### **Podizanje kvalitete zaštite i turistifikacije resursno-atraksijske osnove**

Program 28: Okolišno odgovorno ponašanje

### **Priprema i razvoj investicijskih projekata**

Program 29: Aktiviranje zapuštenih hotelskih objekata

Program 30: Razrada detaljnijih planova za najvažnije turističke zone

Navedeni programi pretežito su u nadležnosti Grada Paga, a prema važnosti su podijeljeni u tri skupine:

- Programi izuzetne važnosti (Prioritet I) su programi čija provedba predstavlja pretpostavku za ostvarenje vizije i ciljeva turističkog razvoja Grada Paga i za koje se očekuje da će osigurati dugoročan željeni razvoj, unapređujući kvalitetu i strukturu ponude te imidž destinacije;
- Programi visoke važnosti (Prioritet II) odnose se na programe koji bitno pridonose ostvarenju vizije i ciljeva razvoja turizma te ih je potrebno provesti, ali koje je moguće u nedostatku financijskih, radnih i organizacijskih resursa odgoditi na neko vrijeme;
- Važni programi (Prioritet III) uključuju programe koji nisu presudni za kratkoročno tržišno pozicioniranje, ali koji pozitivno utječu na dugoročnu tržišnu održivost gospodarskih subjekata te ostvarivanje vizije i ciljeva.

Realizacija postavljene koncepcije razvoja i operativnih strategija pretpostavlja praćenje ostvarenja programa i njihovih očekivanih rezultata odnosno prilagođavanje/korekcije predloženih aktivnosti, a pred kraj planskog razdoblja i definiranje novog plana. U tom smislu, u cilju uspješne realizacije Strateškog plana razvoja turizma grada Paga za razdoblje od 2016. do 2020. godine predlaže se uspostava:

- (i) stručnog povjerenstva zaduženog za pokretanje i realizaciju planiranih programa kojim bi trebao koordinirati jedan od pročelnika upravnih odjela Grada, u radu povjerenstva osim predstavnika Grada i turističke zajednice mogu sudjelovati i predstavnici relevantnih gradskih institucija te neovisni stručnjaci, te
- (ii) monitoring tijela zaduženog za praćenje realizacije pokrenutih mjera i njihovih učinaka kao i pravodobno poduzimanje korektivnih mjera, tijelom predsjedava Gradonačelnik, a u njemu sudjeluju i drugi relevantni predstavnici Grada, direktor Turističke zajednice Grada Paga kao i predstavnici ključnih dionika razvoja turizma.



## Program 1: Muzej paške čipke



<b>Područje</b>	Destinacijski imidž projekt
<b>Cilj</b>	Uređenje Muzeja paške čipke kao jedinstvene institucije čuvanja i promicanja tradicije čipkarstva u Gradu Pagu, povećanje turističke atraktivnosti i jačanje imidža destinacije
<b>Prioritet</b>	II – Program visoke važnosti
<b>Opis</b>	Paška čipka jedinstven je ručni rad s višestoljetnom tradicijom izrade u Gradu Pagu, zaštićena kao nematerijalno kulturno dobro RH i upisana na UNESCO Reprezentativnu listu nematerijalne kulturne baštine čovječanstva. Praksa izrade čipke i danas je živa u Pagu te u Gradu djeluju Galerija paške čipke, Čipkarska škola i Udruga paških čipkarica 'Frane Budak'. S obzirom na izniman kulturološki značaj paške čipke te status jednog od temeljnih identitetskih obilježja Grada Paga, a imajući pri tome na umu i njezin atrakcijski potencijal u turizmu, ovim se programom želi pridonijeti unapređenju čuvanja, izlaganja, prezentacije i održavanja tradicije izrade čipke. Uređenjem novog Muzeja paške čipke, postojeću Galeriju zamijenio bi veći, namjenski dizajniran, multimedijalno opremljen prostor koji bi, uz izlaganje građe, imao i dodatne funkcije arhiviranja, istraživanja, edukacije i prodaje. Bilo bi poželjno da se u sklopu muzejske cjeline lociraju i prostori

<sup>31</sup> Referentni primjeri muzeja: Muzeji čipke: Venice Lace Museum – Museo del Merletto, Venecija, Italija ([www.museomerletto.visitmuve.it](http://www.museomerletto.visitmuve.it)); International Centre of Lace and Fashion, Calais, Francuska ([www.musenor.com](http://www.musenor.com)); Museum of Costume and Lace, Bruxelles, Belgija

	Čipkarske škole i Udruge paških čipkarica tvoreći jedinstven centar čipkarstva u Hrvatskoj. Muzej je nužno locirati u povijesnoj jezgri Grada Paga. <sup>31</sup>				
<b>Nositelj</b>	Grad Pag				
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo kulture RH, Ministarstvo turizma RH</li> <li>• Zadarska županija</li> <li>• Srednja škola Bartula Kašića Pag, Čipkarska škola</li> <li>• Udruga paških čipkarica 'Frane Budak'</li> </ul>				
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formiranje profesionalnog projektnog tima odgovornog za realizaciju programa</li> <li>• Razrada projektne ideje i definiranje koncepta Muzeja</li> <li>• Razrada organizacijskog ustroja i upravljanja Muzejom</li> <li>• Valorizacija lokacija/zgrada Muzeja</li> <li>• Analiza troškova i koristi projekta</li> <li>• Rješenje eventualnih vlasničkih pitanja nad zgradom</li> <li>• Priprema i provođenje natječaja za projektiranje/uređenje</li> <li>• Izrada projektne dokumentacije</li> <li>• Priprema i prijava projekta na HR i EU natječaje</li> <li>• Osiguranje financijskih sredstava iz HR i EU fondova</li> <li>• Ustrojavanje Muzeja, zapošljavanje i obrazovanje djelatnika</li> <li>• Priprema i provođenje natječaja za izvođača radova, odabir izvođača radova, izgradnja/rekonstrukcija i uređenje</li> <li>• Izrada srednjoročnog i godišnjeg plana rada Muzeja</li> <li>• Otvorenje i rad Muzeja</li> </ul>				
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Sredstva proračuna Zadarske županije</li> <li>• Sredstva proračuna RH</li> <li>• Sredstva EU fondova/programa</li> <li>• Sredstva poslovnih banaka</li> </ul>				
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.

Fotografije: <http://www.tzgpag.hr/hr/>

([www.brusselsmuseums.be](http://www.brusselsmuseums.be)); Suvremeni mali muzeji; Muzej Apoksiomena, Mali Lošinj ([www.muzejapoksiomena.hr](http://www.muzejapoksiomena.hr)); Muzej vučedolske kulture, Vučedol-Vukovar ([www.vucedol.hr](http://www.vucedol.hr))

## Program 2: Magazini soli



<b>Područje</b>	Destinacijski imidž projekt
<b>Cilj</b>	Uređenje magazina soli kao novog multifunkcionalnog prostora u funkciji obogaćivanja turističke ponude, povećanja destinacijske atraktivnosti i jačanja imidža Grada Paga
<b>Prioritet</b>	I – Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	Paški magazini soli monumentalni su kameni kompleks od devet jednakih skladišta soli (svaki 469m <sup>2</sup> ) smještenih nasuprot povijesne jezgre Grada Paga. Iako zaštićeni kao kulturno-povijesna cjelina i spomenici industrijske arhitekture, magazini su danas zapušteni i dijelom neadekvatno prenamijenjeni. Tijekom proteklih nekoliko godina u Gradu Pagu pokrenuto je više inicijativa uređenja magazina i okolnog prostora. Izrađena je Prostorno-programska studija zone magazina (N. Fabijanić, 2015.) kojom se, uz same magazine, ovdje predviđa niz mješovitih sadržaja od bazena s tribinom do amfiteatra i lučice, pretvarajući ovaj prostor u novo središte aktivnosti Paga. Izrađen je i idejni projekt prenamjene I., II. i III. magazina (M. Vlahović, 2013.) u kojima su planirani izložba solarstva uz turistički info pult (I.), dvorana za kulturna i poslovna događanja (II.) te degustacijski prostor 'Paška kuća' (III.). U gradskom proračunu za 2016. planirano je 2,6 milijuna kuna za uređenje magazina. Ipak, usprkos do sada učinjenog i usprkos

<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.
-----------------------	-------	-------	-------	-------	-----------

<sup>32</sup> Referentni primjeri prenamjene industrijske baštine: Izložbeni sadržaji - La Biennale di Venezia, Italija ([www.labiennale.org](http://www.labiennale.org)); Ugostiteljski i trgovački sadržaji - Mercado de San

niza prijedloga, još uvijek ne postoji cjelovita vizija namjene i uređenja svih magazina kao fokalne točke cijele zone. Polazeći od postojećih projektnih rješenja, ali i potreba lokalnog stanovništva i turista te referentnih primjera iz prakse, ovim se programom želi postići konsenzus oko namjene magazina soli kao cjeline s multifunkcionalnim karakterom kako bi potom bilo moguće pristupiti njihovom pojedinačnom i (vjerojatno) faznom uređenju. U tom smislu, u magazinima je potrebno ponuditi mješovite/komplementarne društveno-kulturne i komercijalne sadržaje. Uz predviđenu izložbu o solarstvu i višenamjensku dvoranu, uputno je propitati i mogućnosti uređenja izložbenih, obrazovnih, ugostiteljskih, trgovačkih, zabavnih i rekreacijskih sadržaja<sup>32</sup>. U koncipiranju kompleksa valja težiti inovativnoj interpretaciji.

<b>Nositelj</b>	Grad Pag
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo kulture RH, Ministarstvo turizma RH</li> <li>• Zadarska županija</li> <li>• Solana Pag, Sirana Pag, mali poduzetnici</li> </ul>
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formiranje profesionalnog projektnog tima odgovornog za realizaciju programa</li> <li>• Izrada studije najbolje upotrebe, uključujući testiranje prostorno-programskih mogućnosti magazina</li> <li>• Provođenje programa izgradnje konsenzusa u zajednici</li> <li>• Definiranje koncepta namjene magazina s razradom modela vlasništva i upravljanja sadržajima (JPP, koncesije)</li> <li>• Provođenje natječaja i izrada projektne dokumentacije</li> <li>• Priprema i prijava projek(a)ta na HR i EU natječaje</li> <li>• Osiguranje financijskih sredstava iz HR i EU fondova</li> <li>• Realizacija programa prema modelu vlasništva i upravljanja</li> </ul>
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Sredstva proračuna Zadarske županije</li> <li>• Sredstva EU fondova/programa</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>• Sredstva poslovnih banaka</li> </ul>

Fotografije: dokumentacija Instituta za turizam, Programsko-prostorna studija, Arhitektonski fakultet

Miguel, Madrid, Španjolska ([www.mercadodesanmiguel.es](http://www.mercadodesanmiguel.es)), Vanha kauppahalli – The old market hall, Helsinki, Finska ([www.vanhakauppahalli.fi](http://www.vanhakauppahalli.fi))

## Program 3: Interpretacijski centar paške soli



<b>Područje</b>	Destinacijski imidž projekt
<b>Cilj</b>	Uspostava Interpretacijskog centra paški soli kao jedinstvene institucije za prezentaciju tradicije solarstva u Gradu Pagu, povećanje turističke atraktivnosti i jačanje imidža destinacije
<b>Prioritet</b>	I – Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	<p>Povijest i identitet Grada Paga neraskidivo su povezani s proizvodnjom soli koja se ovdje 'bere' više od tisuću godina te se, uz čipku, smatra drugim 'bijelim zlatom' Paga. Danas je paška sol zaštićena oznakom izvornosti na EU razini, a Solana Pag, u sastavu koncerna Agrokor, najveći je proizvođač morske soli u Hrvatskoj.</p> <p>Tradiciji solarstva u Pagu posvećena je 'Stalna izložba solarstva' koju je moguće razgledati u I. od devet nekadašnjih magazina soli, a istovremeno je, u sklopu projekta obnove i prenamjene I., II. i III. magazina, u toku izrada projektne dokumentacije (glavni projekt) koja obuhvaća unapređenje i tog izložbenog prostora. Uklapajući se u već započete aktivnosti, ovim se programom želi dodatno pridonijeti cjelovitijem prikazu 'priče o paškoj soli' na način da se, uz interaktivnu izložbu solarstva smještenu u I. magazinu, uz određeno prilagođavanje za posjetitelje, u 'postav' uključe i drugi ključni sadržaji solarstva u Gradu Pagu: bazeni soli, željeznica za prijevoz soli i sama Solana Pag. Naime, upravo povezivanje izložbenih i ovih 'živih', <i>in situ</i> sadržaja, objedinjenih u Interpretacijski centar paške soli kao svojevrsan disperzivan ili eko-muzej, omogućuje dojmljivo, ujedno zabavno i edukativno iskustvo kakvo je u duhu</p>

ekonomije doživljava danas traženo na turističkom tržištu. Uređenje Centra bazirano je na suvremenoj praksi turističke interpretacije kulturne baštine.

<b>Nositelj</b>	Grad Pag					
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo kulture RH, Ministarstvo turizma RH</li> <li>• Zadarska županija</li> <li>• Udruga iznajmljivača apartmana i soba Grada Paga</li> <li>• Solana Pag .d.d.</li> <li>• Projektanti obnove I. magazina soli</li> </ul>					
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razrada koncepta Interpretacijskog centra (sadržaji/usluge)</li> <li>• Razrada organizacijskog ustroja i upravljanja Centrom</li> <li>• Dopuna projekta izložbe o solarstvu: izrada projekta uređenja poučnih staza uz neke bazene soli, plan obnove (trase) željeznice za prijevoz posjetitelja, određivanja dijelova Solane i vremena kada su otvoreni za posjet)</li> <li>• Analiza troškova i koristi projekta</li> <li>• Priprema i prijava projekta na HR i EU natječaje</li> <li>• Osiguranje financijskih sredstava iz HR i EU fondova</li> <li>• Ustrojavanje Centra, zapošljavanje i obrazovanje djelatnika</li> <li>• Priprema i provođenje natječaja za izvođača radova, odabir izvođača radova, rekonstrukcija i uređenje</li> <li>• Izrada srednjoročnog i godišnjeg plana rada Centra</li> <li>• Otvorenje i rad Centra</li> </ul>					
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Sredstva proračuna Zadarske županije</li> <li>• Sredstva EU fondova/programa</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>• Sredstva poslovnih banaka</li> </ul>					
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <tr> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-25.</td> </tr> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.		

Fotografije: dokumentacija Instituta za turizam

## Program 4: Interpretacijski centar paške ovce i sira



<b>Područje</b>	Destinacijski imidž projekt
<b>Cilj</b>	Uspostava Interpretacijskog centra paške ovce i sira kao jedinstvene institucije za prezentaciju tradicije uzgoja ovaca i proizvodnje sira na Pagu, povećanje turističke atraktivnosti i jačanje imidža destinacije
<b>Prioritet</b>	I – Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	Oduvijek prisutno, ovčarstvo je, uz turizam, i danas najvažnija gospodarska grana otoka Paga. Paška janjetina, specifičnog okusa zbog ispaše posolicom pokrivenih trava i ljekovitog bilja, smatra se vrhunskim specijalitetom i zaštićena je oznakom izvornosti na EU razini. Jednako tako, sirevi otoka Paga, a prije svega Paški sir, čija je proizvodnja počela u Paškoj sirani, među najpoznatijim su i najviše nagrađivanim sirevima Hrvatske. Osim što su paška janjetina i sir prvoklasne gastronomske delicije, tradicija ovčarstva i proizvodnje sira prezentirana na 'doživljajan' način može predstavljati visoko privlačnu atrakciju. U tom smislu, ovim se programom uređenja Interpretacijskog centra paške ovce i sira želi prikazati život i rad otočkih ovčara kao i proces od uzgoja ovaca do izrade sira, koristeći pri tome autentične lokacije, artefakte i načine rada (npr. pastirska kuća, pašnjak, suhozid, izrada sira 'na ruke', zrionica, premazivanje pepelom i sl.) te uključujući posjetitelje u 'priču o paškoj ovci i siru' kroz program radionica, degustacija i kratkih edukacija. Uz izložbeni postav i interaktivne sadržaje, tematizirana trgovačka i ugostiteljska ponuda sastavni su dio iskustva koje se nudi posjetiteljima. Uređenje Centra bazirano je na suvremenoj praksi turističke interpretacije kulturne baštine.
<b>Nositelj</b>	Grad Pag

<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zadarska županija</li> <li>• Ministarstvo kulture</li> <li>• Lokalna akcijska grupa</li> <li>• Lokalne udruge ovčara</li> <li>• Sirana Pag d.d. i drugi</li> </ul>		
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formiranje profesionalne tima za realizaciju programa</li> <li>• Razrada koncepta i plana</li> <li>• Razrada organizacijske strukture</li> <li>• Valorizacija i odabir lokacije</li> <li>• Izrada idejnog projekta</li> <li>• Analiza troškova i prihoda</li> <li>• Otkup ili najam zemljišta</li> <li>• Priprema i provođenje studija</li> <li>• Izrada projektne dokumentacije</li> <li>• Priprema i prijava projekta</li> <li>• Osiguranje financijske podrške</li> <li>• Ustrojavanje Centra, opremanje</li> <li>• Priprema i provođenje radova, rekonstrukcija</li> <li>• Izrada srednjoročnog plana</li> <li>• Otvorenje i rad Centra</li> </ul>		
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna otoka Paga</li> <li>• Sredstva proračuna županije</li> <li>• Programi Ministarstva kulture</li> <li>• Sredstva EU fondova</li> <li>• Sredstva poslovnih banaka</li> </ul>		
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <tr> <td>2017.</td> <td>2018.</td> </tr> </table>	2017.	2018.
2017.	2018.		



## Program 5: Uređenje Starog grada Paga



<b>Područje</b>	Destinacijski imidž projekt
<b>Cilj</b>	Djelomična rekonstrukcija i uređenje Starog grada Paga za prihvat posjetitelja, povećanje turističke atraktivnosti i jačanje imidža destinacije
<b>Prioritet</b>	II – Program visoke važnosti
<b>Opis</b>	<p>Kao originalna lokacija Paga do preseljenja u planski graden i oko kilometar udaljen novi grad 1443. godine, Stari grad neodvojiv je dio paške povijesti i identiteta te, iako danas ruševan, mjesto je tradicionalnih, godišnjih hodočašća, slavlja i manifestacija.</p> <p>Proteklih nekoliko godina kontinuirano se radi na uređenju Starog grada usmjerenom, prije svega, na čišćenje okoliša, manje arheološke zahvate i označavanje. Ovim se programom želi pridonijeti postojećim naporima s novom inicijativom za integralno sagledavanje potencijala i mogućih oblika korištenja Staroga grada te donošenja zajedničke vizije njegovih budućih funkcija. Polazeći od nužnosti dugoročno održivog upravljanja kulturnom baštinom realno je težiti 'oživljavanju' Staroga grada kao multifunkcionalne cjeline, odnosno lokaliteta koji je istovremeno tradicionalno vjersko središte (crkve, hodočašća, samostani), arheološko nalazište nekada 'glavnog' grada (istraživanja, iskapanja, volonterski programi), mjesto slavlja, festivala i događanja ('Paški srednjovjekovni sajam', koncerti i predstave, vjenčanja), a svime time i turistička atrakcija (vođeni obilasci, samostalno razgledavanje) povezana s 'Novim' gradom uređenom šetnicom i biciklističkom stazom. Integracija suvremenih tehnika interpretacije kulturne baštine dodatno će pridonijeti 'oživljavanju' Staroga grada kao zanimljivom, zabavnom i poučnom mjestu.</p>

<b>Nositelj</b>	Grad Pag				
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ministarstvo kulture RH, Ministarstvo turizma RH</li> <li>Zadarska županija</li> <li>Župni ured Pag i Zadarska nadbiskupija</li> <li>Centar za kulturu i informacije Pag</li> </ul>				
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formiranje profesionalnog projektnog tima odgovornog za realizaciju programa</li> <li>Izrada studije najbolje upotrebe, uključujući testiranje prostorno-programskih mogućnosti Staroga grada</li> <li>Provođenje programa izgradnje konsenzusa u zajednici</li> <li>Priprema i provođenje natječaja za projektiranje/uređenje</li> <li>Izrada projektne dokumentacije</li> <li>Priprema i prijava projek(a)ta na HR i EU natječaje</li> <li>Osiguranje financijskih sredstava iz HR i EU fondova</li> <li>Priprema i provođenje natječaja za izvođače radova, odabir izvođača radova, rekonstrukcija i uređenje</li> </ul>				
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>Sredstva proračuna Zadarske županije</li> <li>Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>Sredstva Zadarske nadbiskupije i/ili Katoličke crkve</li> <li>Sredstva EU fondova/programa</li> <li>Sredstva poslovnih banaka (međunarodnih razvojnih banaka)</li> </ul>				
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.

## Program 6: Paški festival hrane i vina



<b>Područje</b>	Destinacijski imidž projekt
<b>Cilj</b>	Valorizacija eno-gastronomске baštine otoka Paga kroz novu, specijaliziranu i inovativnu manifestaciju, povećanje turističke atraktivnosti i jačanje imidža destinacije
<b>Prioritet</b>	II – Program visoke važnosti
<b>Opis</b>	Jedan od najpoznatijih atributa otoka Paga svakako je njegova gastronomija. Preciznije, to su janjetina i sir, zna se da najbolji kaduljin med dolazi odavde te da se baškotini mogu jesti samo u Pagu. No, otok je i mjesto očuvane tradicijske gastronomije, bogate u interpretacijama jednostavnih jela od janjetine, divljači, puževa, školjaka, ribe i hobotnice, sušenih i soljenih, za kaštradinu, lešade, s palentom ili krumpirom. Jednako tako, otok Pag je i mjesto ambicioznih iskoraka, primjerice, restorana i vinarije Boškinac, godinama biranog među najboljima u Hrvatskoj, djelomično i radi vrhunskih, iz autohtonih sorti proizvedenih vina. Slučajno ili ne, otok Pag je također i mjesto nedavnog pokretanja nove, tzv. 'Paške inicijative' koja se zalaže za razvoj suvremene hrvatske gastronomije temeljene na hrvatskoj tradicijskoj kuhinji, na korištenju lokalnih namirnica, kada god moguće podupirući lokalne proizvođače, ekološki uzgoj i ideju održivosti, uz stalnu edukaciju osoblja, suradnju i dijeljenje znanja (Cindrić, V. i Fabijanić, D., Iće&Piće, 4/2016.). Kada se uz upravo rečeno, a znajući da je eno-gastronomija za turiste sadržaj od gotovo najvišeg interesa, ima na umu da je 'Mediterranska prehrana na hrvatskom Jadranu' proglašena svjetskom UNESCO kulturnom baštinom, proizlazi ne samo da je 'priča o hrani i vinu' Hrvatske, Jadrana i Paga potentna tema, već da se za Pag otvara prilika pokretanja jedne nove priče. Polazeći, naime, od premisa 'Paške inicijative' ovim se

programom želi pridonijeti organizaciji nove i ambiciozne manifestacije – ili festivala – posvećenog kulturi hrane i vina. Njegove temeljne razlikovne značajke uključivale bi, kao prvo, profiliranje za tematiku 'reinterpretacije tradicije', 'odgovorne eno-gastronomije' i 'prenošenja znanja' te, kao drugo, inovativan program uključivanja posjetitelja i profesionalaca. Nadovezujući se i oplemenjujući tradiciju 'Paškog ljeta', Festival je zamišljen kao višednevna, otočka manifestacija.

<b>Nositelj</b>	Turistička zajednica Grada Paga u suradnji s Centrom za kulturu i informacije Pag				
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo turizma RH, Hrvatska turistička zajednica</li> <li>• Grad Pag i ostale JLS na otoku Pagu</li> <li>• Udruženje obrtnika Pag</li> <li>• Autori Paške inicijative</li> </ul>				
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formiranje profesionalnog projektnog tima odgovornog za realizaciju programa</li> <li>• Izrada konceptijskog okvira Festivala</li> <li>• Ustrojavanje profesionalnog vodstva Festivala</li> <li>• Izrada godišnjeg programa s financijskom konstrukcijom</li> <li>• Provođenje internog marketinga (prema stručnoj javnosti)</li> <li>• Osiguranje financijskih sredstava</li> <li>• Provođenje promocijske kampanje (široka javnost)</li> <li>• Organizacija i izvođenje Festivala</li> </ul>				
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Udružena sredstva ostalih turističkih zajednica s područja otoka Paga</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>• Sredstva sponzora</li> </ul>				
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.



## Program 7: Sustav turističko-informativnih centara



<b>Područje</b>	Javna turistička infrastruktura
<b>Cilj</b>	Povećanje dostupnosti informacija o sadržajima Grada i otoka, s naglaskom na raznolikost prezentacije
<b>Prioritet</b>	II - Program visoke važnosti
<b>Opis</b>	<p>Sustav centara turističkih informacija čini središnji centar za posjetitelje u centru grada Paga i tri turističko informativno centra (TIC) u Miškovićima, Smokvici i Šimunima. S obzirom na željeno tržišno pozicioniranje, središnji centar za posjetitelje trebao bi biti reprezentativno uređen i opremljen te smješten u samom centru grada Paga odnosno prostoru najveće koncentracije posjetitelja. Budući da se ocjenjuje da lokacija postojećeg TIC-a prostorno ne omogućava uspostavljanje funkcija centra za posjetitelje, zbog važnosti integralne prezentacije kulturne baštine Paga moguće je prostor jednog od magazina urediti kao centar za posjetitelje (npr. pod nazivom "Paška kuća") koji bi integrirao i poslovne prostore turističke zajednice (idejnim projektom prenamjene I., II. i III. magazina uz izložbu solarstva planirano je uspostavljanje turističkog info pulta, M. Vlahović, 2013.).</p> <p>Centar bi trebao objedinjavati više različitih sadržaja uključujući prostor za pružanje informacija tj. info pult, prostor za izlaganje promotivnih materijala, prostor za kupovinu (suveneri, lokalni proizvodi, proizvodi koji mogu služiti za učenje nekih tradicionalnih vještina – npr. priručnici za čipkarenje i konci) i Internet kutak za posjetitelje. Uz interaktivne i multimedijalne sadržaje, u uređenju prostora izuzetno je važno osigurati isticanje glavnih 'turističkih aduta' Paga (npr. prezentacija povijesti eksploatacije soli, vizure najljepših plaža, čipka i sl.), a pozornost valja posvetiti i izboru materijala, organizaciji i</p>

preglednosti prostora i sadržaja (mogućnost istodobno prihvatiti više gostiju) kao i kreiranju osjećaja dobrodošlice. Važna funkcija centra je pružanje relevantnih, pravodobnih i točnih informacija/preporuke (npr. različiti itinereri obilaska/trajanja, prilagođenosti ponude restorana različitim segmentima potražnje ili primjerice outdoor aktivnostima), a prostor je poželjno prilagoditi i organizaciji izložbi i događanja. Ostali info centri (Miškovići, Smokvica i Šimuni) imali bi ulogu ulaznih 'porti', gdje bi se pružale osnovne informacije o ponudi, a svaki bi pri uređenju i interpretaciji pokrивao jednu temu (npr. sol, vjetar, more). Svi TIC-evi imali bi odgovarajući pristup integralnoj bazi podataka koja bi sadržavala važne informacije o ponudi i atrakcijama otoka te izdvojenim sadržajima.

<b>Nositelj</b>	Turistička zajednica Grada Paga u suradnji s Gradom Pagom				
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica Zadarska županija</li> <li>• Dionici turističke aktivnosti javnog i privatnog sektora</li> </ul>				
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paška kuća: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Razrada programske/poslovne osnove</li> <li>• Natječaj za kreativno rješenje, izrada projektne dokumentacije, izgradnja</li> </ul> </li> <li>• TIC-evi: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Razrada programske osnove, uključujući i utvrđivanje najpogodnije lokacije (primjerice vidikovac)</li> <li>• Natječaj za kreativno rješenje, izrada projektne dokumentacije, rješavanje vlasničkih pitanja, izgradnja</li> </ul> </li> <li>• Osmišljavanje i uspostavljanje jedinstvenog informacijsko-komunikacijskog sustava podrške</li> </ul>				
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Sredstva EU fondova/programa</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>• Sredstva iz prodajnih aktivnosti u Paškoj kući/najma prostora</li> </ul>				
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.

Fotografije: dokumentacija Instituta za turizam

## Program 8: Sustav turističke signalizacije i interpretacije



<b>Područje</b>	Javna turistička infrastruktura
<b>Cilj</b>	Olakšavanje kretanja posjetitelja i jačanje brenda Paga
<b>Prioritet</b>	I - Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	Turistička signalizacija (putokazi za turističke atrakcije i objekte) i interpretacija (široki spektar različitih oblika/tehničkih rješenja predstavljanja ključnih značajki nekog lokaliteta) važni su sadržaji destinacijske turističke ponude koji pridonose orijentaciji posjetitelja u prostoru, percepciji sadržajnosti destinacije te ukupnom zadovoljstvu boravkom. Daljnje unapređenje postojeće turističke signalizacije i uspostava interpretacijskih sadržaja predstavlja važan korak u podizanju kvalitete turističke ponude grada Paga, posebice u segmentu individualnih posjetitelja i samostalnog 'istraživanja' ponude destinacije. U svrhu lakše prezentacije sadržaja poželjno je grupirati skupine atrakcija (npr. prirodne, kulturne, staze, ceste i putove i slično) te izabrati standarde oblikovanja signalizacije i interpretacije (vizualni identitet, zajednički formati, fontovi, načini i tehnička rješenja prezentacije/interpretacije atrakcija). Razvoj sustava mora biti postupan i usklađen s planom prioriteta (uključujući i plan prioriteta aktiviranja resursno-atrakcijskog potencijala).

Poželjno je ostvariti suradnju s ostalim jedinicama lokalne samouprave na području otoka kako bi se uspostavio jedinstven i/ili povezan sustav turističke signalizacije i interpretacije.

<b>Nositelj</b>	Turistička zajednica Grada Paga				
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grad Pag</li> <li>• Susjedne JLS</li> </ul>				
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspostava jedinstvenog dizajna i standarda izrade putokaza za turističke atrakcije i objekte (mogućnost variranja veličine, materijala, načina prezentacije uz podržavanje brend koncepta destinacije) te usuglašavanje lokacija njihova postavljanja (npr. dogovor s vlasnicima objekata)</li> <li>• Uspostava jedinstvenog dizajna i standarda izrade interpretacijskih panoa, uključujući i zabavne te privlačne vizuale i tekst (tematska usuglašenost uz pregledno organiziran sadržaj, višejezičnost)</li> <li>• Izrada plana realizacije/prioriteta označavanja i interpretacije: odabir atrakcija koje je potrebno obraditi u sustavu turističke interpretacije (npr. točke na obalnoj šetnici, vidikovci, kulturna baština, prirodna baština, arheološka nalazišta i drugo) te terminskog plana realizacije</li> </ul>				
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>• Sponzori</li> </ul>				
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.

Fotografije: dokumentacija Instituta za turizam

## Program 9: Uređenje plaža



<b>Područje</b>	Javna turistička infrastruktura
<b>Cilj</b>	Razviti raznolikiju i kvalitetniju ponudu primjerenih sadržaja, te jasno razviti teme plaža
<b>Prioritet</b>	I - Program izuzetne važnost
<b>Opis</b>	<p>Plan upravljanja plažama Zadarske županije (Službeni glasnik Zadarske županije, br11/2015) na području Grada Paga definirao je četiri plaže ukupne dužine 2270 metara i površine 34,3 tisuće m<sup>2</sup>, i to: (i) Gradsku plažu Prosika tematiziranu kao urbana promenadna plaža i plaža za pse; (ii) Mađaricu tematiziranu kao plaža sa sportskim i rekreativnim sadržajima, (iii) Bašacu tematizirana kao resort (hotelska) plaža te (iv) Šimune tematiziranu kao plaža za obitelji s djecom i plaža sa zabavnim sadržajima za mlade.</p> <p>Realizacija definiranog programa pretpostavlja sagledavanje mogućih modela upravljanja plažama Grada kao i izradu provedbenih projekata za svaku pojedinu plažu posebice u kontekstu definiranja sadržaja, dizajniranja, sigurnosti i opremanja (poželjno iznad minimalnog standarda). Važan aspekt podizanja atraktivnosti plažnog prostora je i rješenje njihove dostupnosti kako kroz uređenje cestovnih prilaza i parkirališnog prostora te organiziranja javnog prijevoza tako i monitoringa kvalitete usluga i kvalitete mora (uključujući i dobivanje/osiguranje standarda Plave ili Bijele zastave).</p> <p>Pozornost posebice valja posvetiti i koncesijskoj politici te eventualno pokretanju procesa dobivanja koncesije na plaže od strateškog interesa za Grad (npr. Gradska plaža Prosika), a kad je riječ o koncesijskim odobrenjima za pružanje pojedinih</p>

usluga voditi računa o – minimalnom i poželjnom - prihvatnom kapacitetu.

Budući da Planom upravljanja plažama Zadarske županije definirane plaže predstavljaju tek mali dio ukupnog, izuzetno kvalitetnog, plažnog prostora Grada Paga, ključno je, posebice u kontekstu planiranih turističkih zona izvan građevinskog područja naselja, osigurati sustavno upravljanje plažnim prostorom i podizanje njegove kvalitete na cijelom području Grada i to u segmentu prihvatnog kapaciteta i sigurnosti, dostupnosti, ali i tematiziranja, sadržaja i opremanja.

<b>Nositelj</b>	Grad Pag					
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Komunalno društvo Pag</li> <li>• Nositelji koncesija/koncesijskih odobrenja</li> </ul>					
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izrada strateškog i operativnog plana upravljanja plažama/plažnim prostorom Grada Paga: tematiziranje, nosivi kapacitet, politika upravljanja uključujući i politiku koncesija i koncesijskih odobrenja, sadržaja i opremanja</li> <li>• Podizanje razine prometne dostupnosti za strateške plaže</li> <li>• Definiranje projektne dokumentacije (dozvola) za uređenje pojedinih plaža (sukladno definiranom terminskom planu)</li> <li>• Realizacija planova uređenja pojedinih plaža</li> <li>• Dodjela koncesijskih odobrenja vezanih uz definiranu tematizaciju/pozicioniranje plaža</li> <li>• Monitoring kvalitete usluga na plaži te kvalitete mora</li> </ul>					
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga i komunalnog poduzeća, uključujući i namjenska sredstva (npr. sredstva od koncesijskih odobrenja i/ili pružanja usluga vezanih uz plaže kao što su parkiranje, iznajmljivanje plažnog mobilijara i sl.)</li> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> </ul>					
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <tr> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-25.</td> </tr> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.		

Fotografije: dokumentacija Instituta za turizam

## Program 10: Mreža uzmorskih šetnica–lungo mare



<b>Područje</b>	Javna turistička infrastruktura
<b>Cilj</b>	Podizanje turističke atraktivnosti te unapređenje vizualnog identiteta i ambijentalnosti uzmorskog prostora Grada
<b>Prioritet</b>	I - Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	<p>Uzmorske šetnice ključan su element ponude brojnih primorskih destinacija. Kao rekreativni, edukativni (uz interpretaciju) te zabavni sadržaj (uz razrađene sadržaje), šetnice mogu generirati pozitivni doživljaj cijelog područja. Program je usmjeren na uspostavu sustava uzmorskih šetnica koje obuhvaćaju naselja Pag (Paški zaljev), Šimuni, Vlašići, Dinjiška i Miškovići, pri čemu područje južnog dijela Paškog zaljeva predstavlja područje najveće atrakcijske vrijednosti (danas je uređen tek manji dio šetnice od Magazina do autobusnog kolodvora).</p> <p>Programom se razrađuje koncept (prilagođenon potrebama/ambijentu područja kroz koja prolazi) kao i terminski plan realizacije sustava staza uključujući rješavanje problema vlasništva i pomorskog dobra, projektiranja i dobivanje dozvola, koncepta korištenja (prilagođavanje različitim segmentima potražnje) i upravljanja/održavanja, ali i određivanja podloge, infrastrukturnog opremanja (oborinske vode, struja, voda i slično), hortikulturnog uređenja, rasvjete, urbane opreme, vidikovaca, ugostiteljskih i sportsko-rekreacijskih sadržaja, interpretacije kao i uređenja dijelova šetnice kroz zaštićena i prirodna područja (rezervat Dubrava – Hanzine, područje sjeverno od Šimuna i slično).</p> <p>S obzirom na atraktivnost cijelog Paškog zaljeva, poželjno je ostvariti suradnju s ostalim jedinicama lokalne samouprave na</p>

području otoka kako bi se uspostavio jedinstven i/ili povezan sustav otočkih staza.

<b>Nositelj</b>	Grad Pag												
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Komunalno društvo Pag</li> <li>• Privatni poduzetnici</li> <li>• Lokalno stanovništvo</li> <li>• Javna ustanova Agencija za razvoj Zadarske županije ZADRA NOVA</li> <li>• Susjedne JLS</li> </ul>												
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izrada koncepta izgradnje uzmorskih šetnica s planom prioriteta te terminskim planom</li> <li>• Rješavanje pomorskog dobra i imovinsko pravnih odnosa</li> <li>• Projektiranje i dobivanje dozvola: trase, vrsta i teme šetnica, povezivanje postojećih šetnica, opremanje i uređivanje, sustav informiranja i interpretacije, vidikovci, prateći uslužni i rekreacijski sadržaji</li> <li>• Definiranje upravljačkog, organizacijskog i financijskog modela izgradnje i održavanja</li> <li>• Realizacija projekta</li> <li>• Uređenje okolnih atrakcija</li> <li>• Označavanje i uređenje atrakcija uz stazu</li> </ul>												
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga, uključujući namjenska sredstva iz povezanih koncesijskih odobrenja</li> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Zadarska županija</li> <li>• Sredstva EU fondova/programa</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> </ul>												
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.-25.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.						
	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.								

Fotografije: dokumentacija Instituta za turizam



## Program 11: Sustav pješačkih i cikloturističkih staza



<b>Područje</b>	Javna turistička infrastruktura
<b>Cilj</b>	Unapređenje sustava obilaska te obogaćivanje turističke ponude sporta i rekreacije
<b>Prioritet</b>	I - Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	<p>Odmor, rekreacija, oporavak, sport, edukacija neki su od motiva koji posjetitelje, ali i lokalno stanovništvo, potiču na korištenje staza. Područje Grada Paga, kao i cijelog otoka, i danas je premreženo mrežom pješačkih i biciklističkih ruta. Biciklističke rute uglavnom su vezane uz trase državnih cesta dok je izbor pješačkih, planinarskih, ali i penjačkih staza sadržajno raznolik. Nove biciklističke staze (vodeći računa o Pravilniku o biciklističkoj infrastrukturi te Akcijskom planu cikloturizma Ministarstva turizma) treba dislocirati s državne ceste te trasirati u zaleđu (uz prometnice) te neposredno uz morsk obalu. Time bi se ne samo podigla razina sigurnosti njihova korištenja već i dio potražnje usmjerio prema za sada relativno pasivnom turističkom području. S obzirom na konfiguraciju terena, biciklističke staze koje idu neposredno uz morsk obalu bi bile namijenjene rekreativcima dok bi staze u zaleđu bile ponajprije usmjerene prema pasioniranim biciklistima koji podrazumijevaju veći stupanj fizičke spremnosti (brdski i adrenalinski biciklizam).</p> <p>Valja nastaviti i s trasiranjem pješačkih staza, koje u pojedinim dijelovima mogu biti višeg intenziteta- trekking staze (Paška rebra, Sv Vid, Ravni), uz osiguranje prava prolaska i pravila ponašanja na privatnom zemljištu</p> <p>Poželjno je razdvajanje pješačkih i biciklističkih staza, iako se njihove trase mogu dijelom i poklapati, posebice u zonama visoke atraktivnosti (pogled, sadržaji, interpretacija). Pri tome</p>

valja voditi brigu o sigurnosti kretanja (npr. podloga, ograda, rasvjeta), ugodni (npr. vidikovci i odmorišta, klupe, hortikulturno uređenje, kapilarna povezanost staza) i sadržajnosti (interpretacijski sadržaji, atrakcije, sitna ugostiteljska ponuda). Trasirane biciklističke i pješačke staze poželjno je i dodatno tematizirati i interpretirati (npr. staza sunca, staza mora, staza maslina, staza vina, staza pašskog sira i sl.). Uobličavanje kompleksnog proizvoda pješačenja i cikloturizma podrazumijeva i stvaranje kvalitetne informacijske podloge (npr. mobilna aplikacija) o mogućim itinererima/rutama (prilagođenim različitim segmentima potražnje i trajanju/težini), ali i razvoj/prilagođavanje destinacijske ugostiteljsko-turističke ponude (npr. vođene ture, specijalizirani smještajni objekti, lokalni transferi i slično).

<b>Nositelj</b>	Grad Pag					
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• RH i javna poduzeća te drugi (privatni) vlasnici zemljišta</li> <li>• Udruge i lokalni stanovnici/poduzetnici</li> </ul>					
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trasiranje staza (tematiziranje, povezivanje staza, povezivanje atrakcija, opremanje, prilagođavanje različitim segmentima potražnje) i definiranje prioriteta</li> <li>• Rješavanje vlasničkih pitanja (koncesije/pravo korištenja)</li> <li>• Usuglašavanje prostorno planske dokumentacije, izrada detaljne projekta dokumentacije i dobivanje dozvola</li> <li>• Realizacija izgradnje i kontrola provođenja</li> <li>• Uvođenje jedinstvenog sustava informiranja turista (različiti oblici prezentacije informiranja, uključujući i mobilnu aplikaciju)</li> </ul>					
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Sredstva EU fondova/programa</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>• Vlastita (kreditna) sredstva poduzetnika</li> </ul>					
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <tr> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-25.</td> </tr> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.		

## Program 12: Vidikovci



<b>Područje</b>	Javna turistička infrastruktura
<b>Cilj</b>	Unapređenje destinacijske ponude izgradnjom vidikovaca kao novih turističkih atrakcija
<b>Prioritet</b>	II - Program visoke važnosti
<b>Opis</b>	Vidikovci kao uređena mjesta s kojih se pruža pogled na zanimljiv pejzaž i/ili neku drugu atrakciju imaju primarnu funkciju privlačenja i upoznavanja turista s prirodnim ili kulturnim obilježjima destinacije. Vidikovci se razlikuju prema lokaciji (krajolik, grad i sl.) i opremljenosti u rasponu od onih koji nemaju nikakvu opremu do onih koji su opremljeni građevinama, ugostiteljskim sadržajima, sanitarijama, interpretacijskim i odmorišnim sadržajima (primjerice prosto za igru djece, klupe i slično). Ovisno o pristupu i vrsti vidikovaca, vidikovci trebaju pružati i mogućnost parkiranja. Programom se sagledava/uređuje sustav vidikovaca i odmorišta na lokacijama s iznimno lijepim vizurama kao što su područje Ravni (pogledi na Velebit, solanu, vjetrenjače), područje Sv. Vida (pogledi na Paška rebra, naselje Pag, Paški zaljev i Velebit) te lokalitetu označenom kao mjesto gdje Pag presijeca 15. meridijan na kojem već danas postoji parcijalno uređen vidikovac (u blizini Bošane). Svi elementi uređenja vidikovaca i odmorišta (npr. izgrađene strukture, gabariti, materijali) moraju se uklapati u okoliš, a poželjno je i da su tematski povezani s temama cikloturističkih i pješačkih staza (med, sol, ljekovito bilje, paške ovce, sir i druge).
<b>Nositelj</b>	Grad Pag
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TZ Pag</li> <li>• Udruge i planinarska društva</li> <li>• Privatni poduzetnici</li> </ul>

<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vrednovanje/odabir mikrolokacija za izgradnju vidikovaca (teren, jačina vjetra, vizure)</li> <li>• Razrada koncepta najbolje uporabe (procjena mogućnosti uspostavljanja vidikovaca više razine opremljenosti) za prioritetne lokacije te osiguranja adekvatne dostupnosti (mreža staza i puteva)</li> <li>• Analiza troškova i koristi, rješenje vlasničkih odnosa (pravo korištenja, koncesija)</li> <li>• Realizacija (projekti, dozvole, financiranje, izgradnja i opremanje, interpretacija) te privlačenje privatnih poduzetnika za pružanje specifičnih usluga na lokaciji (ugostiteljstvo)</li> </ul>												
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• EU programi teritorijalne suradnje</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>• Adria Wind Power, HEP</li> <li>• Vlastita (kreditna) sredstva privatnih poduzetnika</li> </ul>												
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.-25.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.						
	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.								



## Program 13: Razvoj hotelske ponude



<b>Područje</b>	Unapređenje kvalitete i povećanje obujma ugostiteljske ponude
<b>Cilj</b>	Unapređenje kvalitete i povećanje hotelske ponude na području grada Paga
<b>Prioritet</b>	II – Program visoke važnosti
<b>Opis</b>	<p>U uvjetima izrazito jake konkurencije relevantni tržišni trendovi važan su faktor razvoja hotelske ponude. U tom će smislu tržišna pozicija i razvoj hotelske ponude Grada Paga u budućnosti ovisiti i o sposobnosti njezina inoviranja i fleksibilnog prilagođavanja stalno mijenjajućim očekivanjima širokog spektra tržišta segmenata vezanih uz životne stilove i/ili psihografska obilježja kupaca.</p> <p>Izrazita ekološka i društvena osviještenost 'novih' turista kao i njihova – informirana - potraga za različitošću, izborom i kvalitetom, nameće potrebu stalnog unapređenja kvalitete postojeće hotelske ponude. Razvoj nove hotelske ponude stoga valja stoga posebno sagledavati kroz razvoj malog i srednjeg hotelijerstva zbog sposobnosti usmjeravanja na definirane potrošačke segmente odnosno tržišne niše.</p> <p>Poslovna fleksibilnost i brzina reakcije kao rezultat plitke organizacijske strukture, manjeg broja zaposlenih i njihove čvršće povezanosti te pravodobnog donošenja odluka važne su prednosti malog i srednjeg poduzetništva. Poslovanje malih i srednjih hotela može, isto tako, biti opterećeno i brojnim operativnim nedostacima koji imaju potencijal negativno utjecati na njihov tržišni položaj i razvoj, a proizlaze iz nedovoljno razvijenog strateškog upravljanja i poslovnih procedura, neadekvatnih marketinških aktivnosti te ograničenog pristupa kapitalu.</p> <p>Specifičan segment razvoja hotelske ponude predstavlja i uspostavljanje difuznih ili integralnih hotela odnosno</p>

	transformacija obiteljskog smještaja u hotelski i slični smještaj odnosno uspostavljanje dodatnih sadržaja ponude kao što su bazeni, wellness i sportsko rekreacijska ponuda i sadržaji zabave odnosno sadržaji koji podržavaju destinacijske proizvode (primjerice eno gastro hoteli, hoteli baština, sportski hoteli i sl.).										
<b>Nositelj</b>	Grad Pag										
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Udruga iznajmljivača apartmana i soba Grada Paga</li> <li>• Javna ustanova Agencija za razvoj Zadarske županije ZADRA NOVA</li> <li>• Privatni poduzetnici</li> </ul>										
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj i provedba programa internog marketinga prema dionicima</li> <li>• Uspostavljanje nefinancijskih poticaja razvoja hotelske ponude Grada Paga (pružanje informacija, savjetodavna pomoć, medijatorske usluge)</li> <li>• Uspostavljanje financijskih poticaja razvoja hotelske ponude Grada Paga: komunalna naknada, pokrivanje dijela troška kamata</li> </ul>										
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga, uključujući i sredstva za aktivnosti službi Grada</li> <li>• Turistička zajednice Grada Paga</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>• Financiranje pojedinih poduzetničkih projekata: vlastita sredstva investitora, sredstva EU operativnih programa, HBOR, komercijalne banke</li> </ul>										
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.-25.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.					
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.							

Fotografije: <http://www.meridijan15.hr>, <http://www.coning.hr/hotelpagus/>, <http://www.hotel-biser.com/>

## Program 14: Unapređenje kvalitete obiteljskog smještaja i razvoj ruralnog turizma



<b>Područje</b>	Unapređenje kvalitete i povećanje obujma ugostiteljske ponude
<b>Cilj</b>	Smanjenje sezonalnosti poslovanja obiteljskog smještaja
<b>Prioritet</b>	I – Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	<p>S udjelom od 54% u ukupnom broju ležajeva te 48% u ukupnim noćenjima u 2015. godini, obiteljski smještaj dominantan je oblik smještaja Grada Paga.</p> <p>Iako anketirani dionici turističkog razvoja Grada ocjenjuju su kvalitetu ponude obiteljskog smještaja iznadprosječnom (poglavlje Analiza Tržišta – Konkurentna pozicija) važnost ovog oblika smještaja za ukupne turističke tokove Grada pretpostavlja njegovo daljnje unapređenje. To podrazumijeva, uz mjere koje se odnose na unapređenje znanja i vještina, destinacijski menadžment i povećanje destinacijske ponude kao i marketinške aktivnosti. Jednako je važno i podizanje kvalitete smještajnih objekata/jedinica i tematsko/proizvodno profiliranje povezano s širenjem spektra usluga koji pojedini ponuđači nude (primjerice prilagođavanje ponude obilježjima potražnje za proizvodima obiteljskog odmora, aktivnosti, gastronomije, kulturi i sl.), jačanje interesnog udruživanja te osiguranja informacijsko-komunikacijske podrške kako u sferi tržišnih trendova i mogućnosti za financiranje različitih projekata tako i uspostavljanja aktivnog rezervacijskog/prodajnog sustava obiteljskog smještaja.</p> <p>Posebnu pozornost valja posvetiti razvoju ponude ruralnog/agroturizma (13 objekata obiteljskog smještaja oglašava se kao seoski turizam) koji se realizira na aktivnim seljačkim domaćinstvima (usluge smještaja i hrana i piće iz vlastite proizvodnje te različitih rekreacijskih usluga, ali i edukativnih usluga ponajprije u domeni kulture života i rada). Osim nužnog podizanja razine znanja i vještina pružatelja usluga agroturizma te</p>

osiguranja informacija o njezinom tržišnom potencijalu, ubrzavanje razvoja ove vrste turističke ponude valja vezati uz financiranje, marketing, arhitektonske usluge te konzultantske usluge (etnologija, poslovanje, uređenje interijera i okoliša) (Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013.-2023.).

<b>Nositelj</b>	Grad Pag
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Udruga iznajmljivača apartmana i soba Grada Paga</li> <li>• AGRR, Agencija za ruralni razvoj Zadarske Županije</li> <li>• Lokalna akcijska grupa Mentorides</li> </ul>
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Osmišljavanje i uspostavljanje sustava tehničke pomoći (informacije, savjetovanje, priprema projektne dokumentacije, medijatorske usluge)</li> <li>• Osmišljavanje i uspostavljanje sustava finansijskih poticaja (komunalni doprinos, pokrivanje dijela troška kamata), uključujući i bespovratna sredstva namijenjena jačanju klasterskog/interesnog udruživanja</li> <li>• Razvoj i uspostavljanje jedinstvenog on-line aktivnog rezervacijskog/prodajnog sustava za obiteljski smještaj i ruralni turizam</li> <li>• Programi podizanja razine svijesti ključnih dionika razvoja obiteljskog smještaja i ruralnog turizma</li> </ul>
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga, uključujući i sredstva za aktivnosti službi Grada</li> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>• Financiranje pojedinih poduzetničkih projekata: vlastita sredstva investitora, sredstva EU operativnih programa, HBOR, komercijalne banke</li> </ul>

<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.
-----------------------	-------	-------	-------	-------	-----------

Fotografije: <http://www.tzpgag.hr>

## Program 15: Jačanje eno-gastronomske ponude



<b>Područje</b>	Unapređenje kvalitete i povećanje obujma ugostiteljske ponude
<b>Cilj</b>	Unapređenje kvalitete i proširenje ponude usluga hrane i pića
<b>Prioritet</b>	II – Program visoke važnosti
<b>Opis</b>	<p>Grad Pag kao gastronomsko središte predstavlja jednu od ključnih 'slika' željenog imidža grada dok eno-gastro turizam ulazi u skupinu nosećih turističkih proizvoda Grada. Takvo pozicioniranje isprepleće se oko ključnih obilježja resursno-atraktivne osnove Grada (nacionalno prepoznatljiva kvaliteta janjetine, sira i soli, bogatstvo ribljeg fonda, obilježja tradicionalne/otočke kuhinje, nekoliko autohtonih sorti vina kao gegić, trbljan, višan, maraština, topol, postojeća gastro ponuda), ali i odražava relevantne tržišne trendove koji potvrđuju važnost eno-gastronomije kao primarnog i sekundarnog motiva putovanja.</p> <p>Prepoznajući raskorak između visokog razvojnog potencijala eno-gastronomske ponude Paga i nedovoljne postojeće razinu konkurentnosti objekata hrane i pića na području Grada, posebice u segmentu raznolikosti i originalnosti/autentičnosti po nude te korištenja lokalno proizvedene hrane (poglavlje Analiza Tržišta – Konkurentna pozicija), program uspostavlja okvir za jačanje sveukupne eno-gastro ponude Grada kako jačanjem kvalitete i raznolikosti ponude te jačanjem njezine tržišne prepoznatljivosti tako i stvaranjem uvjeta za kupnju lokalnih proizvoda i obilasku tematskih cesta. Posebno se pri tome misli na izbor i kreativnost jela i vina, kvalitetu namirnica, vještine kuhanja i usluživanja, prezentaciju, ambijent i atmosferu objekata hrane i pića.</p> <p>S obzirom na kompleksnost eno-gastro turizma, program komplementarno povezan s drugim, ovim dokumentom,</p>

predviđenim programima u sferi jačanja tržišne spremnosti i prepoznatljivosti eno-gastro ponude kao što su Paški festival hrane i vina, Magazin soli, Interpretacijski centar paške ovce i sira, Interpretacijski centar paške soli, Paški dućan, Sustav cjelogodišnjeg obrazovanja, Razvoj kvalitete obiteljskog smještaja i razvoj ruralnog turizma, Sustav pješačkih i cikloturističkih staza te splet programa iz sfere promocije i komunikacije.

<b>Nositelj</b>	Grad Pag										
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica grada Paga</li> <li>• Udruženje obrtnika Grad Pag- Sekcija ugostitelja i turističkih djelatnika</li> <li>• AGRRA, Agencija za ruralni razvoj Zadarske Županije</li> <li>• Lokalna akcijska grupa Mentorides</li> <li>• Autori Paške inicijative</li> </ul>										
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesionalne i javne aktivnosti jačanja svijesti usmjerene na razumijevanje kretanja na eno gastro tržištu i očekivanja suvremenih gostiju</li> <li>• Pružanje tehničke pomoći zainteresiranim pružateljima usluga hrane i pića te (turističkim) obiteljskim gospodarstvima na pojedinačnoj osnovi (različiti segmenti savjetovanja vezanih uz financiranje investicije, poslovanje, uređenje objekata i slično)</li> </ul>										
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga, uključujući i sredstva za aktivnosti službi Grada</li> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>• Financiranje pojedinih poduzetničkih projekata: vlastita sredstva investitora, komercijalne banke</li> </ul>										
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>-25.</td> </tr> </tbody> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.					-25.
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.							
				-25.							

Fotografije: <http://www.tzgpag.hr>

## Program 16: Paški dućan – domaći proizvodi



<b>Područje</b>	Razvoj inovativne i kreativne ponude turističkih usluga
<b>Cilj</b>	Unapređenje plasmana autohtonih proizvoda
<b>Prioritet</b>	III – Važan program
<b>Opis</b>	<p>Tržišni trendovi ukazuju na rastući interes suvremenih posjetitelja prema autentičnim i lokalnim, a nerijetko i eko te organskim proizvodima. Pri tome analiza konkurentnosti Grada Paga pokazuje da postojeća razina korištenja lokalno proizvedene hrane u ugostiteljskim objektima, ali i kvaliteta trgovačke ponude, ponude vinskih i gastro cesta te sadržaja ruralnog turizma ne zadovoljava.</p> <p>Polazeći od nacionalne/međunarodne prepoznatljivost niza lokalnih proizvoda (sir, janjetina, čipka, sol), s jedne strane, ali i postojećih ograničenja na strani ponude (interes i mogućnosti za proizvodnju) i komercijalizacije (distribucija, sigurnost opskrbe, interes pružatelja ugostiteljskih i trgovačkih usluga), program je usmjeren na jačanje proizvodnje/lokalnih proizvođača (zdrave) hrane i/ili autohtonih suvenira kroz promociju, plasman i prezentaciju vezanu uz turističku potražnju.</p> <p>Program podrazumijeva pružanje organizacijske, pravne i financijske podrške poljoprivrednicima/poduzetnicima u sferi proizvodnje (uključujući i eventualno zakup poljoprivrednog zemljišta u državnom/gradskom vlasništvu), ali i plasmana/distribucije proizvoda. Uz aktivnosti u sferi marketinških/komunikacijskih aktivnosti, programom se, nadalje, osigurana/podržava uspostavljanje trgovačkog/ih sadržaja/objekta specijaliziranog za lokalne proizvoda, a i sagledava mogućnost bolje prezentacije i</p>

	uspostavljanja posebnih 'paških polica' u važnijim trgovačkim objektima na području Grada.				
<b>Nositelj</b>	Grad Pag				
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica grada Paga</li> <li>• Udruženje obrtnika Grad Pag – Sekcija trgovine. Sekcija uslužnih obrta, Sekcija ugostitelja i turističkih djelatnika</li> <li>• AGRRA, Agencija za ruralni razvoj Zadarske Županije</li> <li>• Lokalna akcijska grupa Mentorides</li> <li>• Autori Paške inicijative</li> <li>• Lokalni poljoprivrednici i poduzetnici</li> </ul>				
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Osmišljavanje i uspostavljanje sustava financijskih poticaja (sufinanciranje troška najma specijalizirane trgovine i/ili ustupanje objekta/prostora u vlasništvu Grada, trošak kamata, komunalna pristojba)</li> <li>• Osmišljavanje i uspostavljanje sustava nefinancijskih poticaja (medijatorske usluge, tehnička pomoć u sferi proizvodnje/poslovanja, dizajna, financiranja, plasmana i sl.)</li> <li>• Provedba specijaliziranih promocijskih aktivnosti</li> <li>• Komunikacija sustava poticanja i tržišnog potencijala prema potencijalnim korisnicima</li> </ul>				
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga, uključujući i sredstva za aktivnosti službi Grada</li> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>• EU operativni programi za ruralni razvoj te EU programi teritorijalne suradnje</li> <li>• Financiranje pojedinih poduzetničkih projekata: vlastita sredstva investitora, komercijalne banke</li> </ul>				
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.

Fotografije: <http://www.tzgpag.hr>



## Program 17: Sport i rekreacija: nove sportske manifestacije i sportski sadržaji



<b>Područje</b>	Inovativna i kreativna ponuda turističkih usluga
<b>Cilj</b>	Povećanje turističke atraktivnosti i jačanje imidža Grada Paga kao sportsko-rekreativne turističke destinacije
<b>Prioritet</b>	III – Važan program
<b>Opis</b>	<p>U cilju diversifikacije turističke ponude Grada Paga, ova Strategija predviđa snažniju orijentaciju na razvoj sportsko-rekreativnog turizma. Pri tome se posebno naglašavaju proizvodi cikloturizma, pješačenja, ronjenja i sportova na moru. Podržavajući orijentaciju Grada prema ponudi sporta i rekreacije, ovim se programom predlaže organizacija tri nove manifestacije svaka od kojih dodatno obogaćuje ponudu, ali jednako tako svojom atraktivnošću ili posebnošću ima i sposobnost privlačenja pažnje, odnosno promoviranja Paga (program se sadržajno nadovezuje i na aktivnosti programa turistifikacije lokaliteta Dubrava-Hanzine). Riječ je o slijedećim manifestacijama i argumentima na kojima se bazira njihovo pokretanje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MTB utrka – popularnost brdskog biciklizma u stalnom je porastu; prirodna resursna osnova Paga, a pogotovo 'kameni Pag' atraktivni su lokaliteti za MTB utrke; na području Paga trasiraju se nove cikloturističke rute; Pag se može 'pridružiti' Kvarnerskim otocima kao već etabliranim MTB odredištima (npr. 'utrka na pet otoka') i/ili pokrenuti formiranje novog klastera (npr. NP Like i Pag).</li> <li>• Veslačka regata – veslanje je jedan od najuspješnijih hrvatskih sportova; Paški zaljev prirodno je veslačko 'vježbalište' za lijepog vremena, a kanal bivšeg solanskog dovoda mora izvrsna staza u svim klimatskim uvjetima;</li> </ul>

Veslački klub 'Pag' uspio je formirati nekoliko perspektivnih veslača te u Klubu postoji interes i entuzijizam za organiziranjem kup regate u Pagu.

- Kajaking regata na Maun – hrvatska obala Jadrana smatra se jednom od najpoželjnijih destinacija za kajaking na moru; ponuda se počinje razvijati i na Pagu; amatersko-rekreativna natjecanja u ovom sportu su rijetka.

Poželjno je trajanje svake manifestacije od nekoliko dana, a njihovo odvijanje valja rasporediti tijekom pred ili post sezone. U cilju rasta konkurentne sposobnosti proizvođača sporta i rekreacije biti će potrebno sagledati i mogućnost poticanja osnivanja različitih centara sportova na moru (morski kajak, surfing, paragliding, ronjenje, škole i sl.), ali i uspostavljanja veslačke staze (rekreativci, klupski treninzi, pasionirani/profesionalci) te sportsko-rekreativne zone.

<b>Nositelj</b>	TZ Grada Paga										
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo turizma RH, Hrvatska turistička zajednica</li> <li>• Grad Pag</li> <li>• Lokalne sportske udruge, Nacionalni savez(i)</li> </ul>										
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formiranje projektnog tima za svaku manifestaciju</li> <li>• Izrada konceptijskog okvira svake manifestacije</li> <li>• Ustrojavanje profesionalnog vodstva svake manifestacije</li> <li>• Izrada godišnjih programa s financijskom konstrukcijom</li> <li>• Osiguranje financijskih sredstava</li> <li>• Provođenje promocijske kampanje (široka javnost)</li> <li>• Organizacija i izvođenje svake manifestacije (konsekutivno)</li> <li>• Planiranje i uspostavljanje sustava nefinancijskih poticaja za osnivanje centara sportova na moru</li> <li>• Uspostavljanje veslačke staze</li> </ul>										
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Sredstva proračuna RH</li> <li>• Sredstva sponzora</li> </ul>										
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.-25.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.					
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.							

## Program 18: Razvoj zdravstveno-turističkih sadržaja



<b>Područje</b>	Razvoj inovativne i kreativne ponude turističkih usluga
<b>Cilj</b>	Širenje portfelja turističkih proizvoda grada Paga
<b>Prioritet</b>	III – Važan program
<b>Opis</b>	<p>Ljekovito blato na predjelu Lokunje, ali i zdravstvene vrijednosti morske soli nisu valorizirani u postojećoj zdravstveno-turističkoj ponudi Grada te Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013.-2023. godine naglašava potrebu planiranja zdravstveno-turističke infrastrukture i sadržaja, a takva orijentacija uklapa se i u razvoj turizma na razini Hrvatske (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine).</p> <p>Razvoj i valorizacija ljekovitog blata na području Lokunje niz je godina predmet razrade različitih idejnih rješenja, a u 2016. godini prezentirana je programska-prostorna studija (autor prof. Nenad Fabijanić) zone Prosika-Lokunja kojom se na lokaciji Lokunje predlaže formiranje (manjeg) balneološkog centra (terapija, masaža, rekreacija te drugim prateći sadržaji), sportsko-rekreacijskog centra/tenis kluba, a u bližem okruženju i aqua centra.</p> <p>Zdravstveni turizam vrlo je kompleksan turistički proizvod koji objedinjuje brojne specijalizirane sadržaje i usluge vezane uz putovanja motivirana potrebom za unapređenjem zdravlja i poboljšanjem kvalitete života. Polazeći od ključnih faktora uspjeha (Nacionalni program - Akcijski plan razvoj a zdravstvenog turizma), razvoj zdravstvenog turizma na</p>

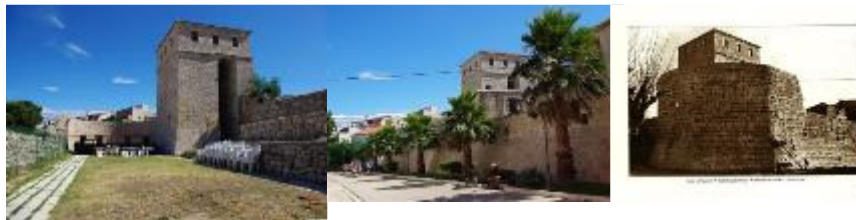
području Grada podrazumijeva poduzimanje/koordiniranje niza aktivnosti u sferi ugostiteljstva, razvoja ljudskih resursa odnosno osiguranja osposobljenog i licenciranog osoblja, uređenja destinacije kao i primjene različitih mjera 'zelene' prakse, promocije te uspostavljanja adekvatne infrastrukture i suprastrukture (wellness centri uključujući i ponudu usluga medicinskog wellnessa baziranih na ljekovitim svojstvima morske soli i blata, 'bazena' ljekovitog blata i salamure). Program stoga obuhvaća aktivnosti definiranja koncepcije (scenariji) te procjenu resursno-atraktivnog, prostornog i interesnog potencijala integralnog razvoja zdravstveno-turističkog proizvoda (izgradnja/ uspostavljanje različitih usluga, edukacija zaposlenih, promocija i prodaja, akreditacija, certificiranje te marketinško udruživanje).

<b>Nositelj</b>	Grad Pag										
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Turistička zajednica grada Paga</li> <li>Javna ustanova Agencija za razvoj Zadarske županije ZADRA NOVA</li> <li>Vlasnici hotelskih objekata na području Grada, lokalni poduzetnici, lokalno stanovništvo</li> </ul>										
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Izrada dokumenta koncepcije razvoja i valorizacije razvojnog potencijala zdravstveno turističkog proizvoda Grada Paga</li> <li>Eventualno uspostavljanje sustava finansijskih i nefinansijskih poticaja i razrada promocijskih aktivnosti</li> </ul>										
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sredstva proračuna Grada Paga, uključujući i sredstva za aktivnosti službi Grada</li> <li>Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>EU operativni programi za konkurentnost i koheziju, ruralni razvoj i učinkovite ljudske potencijale te EU programi teritorijalne suradnje</li> <li>Sufinanciranje (participacija) zainteresiranih poduzetnika/ sudionika</li> </ul>										
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.-25.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.					
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.							

Fotografije: Programska-prostorna studija Zona Prosika-Lokunja, Arhitektonski fakultet, <http://www.mint.hr>



## Program 19: Koncept namjene i uređenja kule Skrivanat



<b>Područje</b>	Razvoj inovativne i kreativne ponude turističkih usluga
<b>Cilj</b>	Obogaćivanje kulturne ponude Grada Paga i kvalitetna interpretacija povijesno-urbanističke važnosti grada Paga
<b>Prioritet</b>	I – Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	<p>Sagrađena u 15. stoljeću, kula Skrivanat jedina je očuvana kula Grada Paga. Nalazi se na ulazu u staru gradsku jezgru Paga, djelom je okružena dobro očuvanim zidinama, četverokutnog je oblika te čini jedinstven sklop s pripadajućim ograđenim dvorištem. Osim zbog povijesne vrijednosti, njezina atraktivnost i privlačnost odraz je vizure koju stvara prilikom ulaska u Grad s mora i smjera hotela Pagus. Kula danas nije u funkciji niti lokalnog stanovništva niti turističke aktivnosti jer njezina uporaba pretpostavlja obnovu i zadovoljavanje sigurnosnih standarda (do prije nekoliko godina korištena je za organizaciju koncerata)</p> <p>U cilju aktiviranja ovog objekta, a posebice s obzirom na utvrđenu nedovoljnu prezentaciju specifičnosti i jedinstvenosti urbanizma renesansnog Paga te povijesnih okolnosti nastanka i razvoja Grada, programom se sagledavaju mogućnosti uspostavljanja povijesnog muzeja grada Paga u kuli te uređenje njezinog vrta kao parka skulptura. Time bi se kreirala jedinstvena turistička atrakcija Grada kao spoju povijesnog spomenika, kvalitetne prezentacije povijesti Grada, suvremene umjetnosti (skulpture), različitih sadržaja te interaktivnih i multimedijalnih prezentacijskih metoda. Posebnu pozornost valja posvetiti oblikovanju i sadržaju komercijalnih prostora kao što su muzejski dućan i ugostiteljski punkt, ali i drugih prostora važnih za ugodan boravak posjetitelja (sanitarije, pristup, garderoba i sl.)</p>

Uređenje kule otvara mogućnost i za organizaciju nove(ih) destinacijske manifestacije čija bi se tema naslanjala na renesansu i život Paga u doba srednjeg vijeka. S obzirom na važnost odnosa s Venecijom, realizacija programa dobar je povod i za povezivanje sa sličnim destinacijama u svrhu kreiranja Jadranske povijesne mletačke rute (uključujući i zajedničko apliciranje prema EU fondovima/programima).

<b>Nositelj</b>	Grad Pag					
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Ministarstvo kulture</li> <li>• Konzervatorski odjel u Zadru</li> </ul>					
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Idejno muzeološko rješenje, idejni projekt i koncept poslovanja</li> <li>• Studije izvodljivosti i društvene opravdanosti</li> <li>• Projektna dokumentacija i dozvole</li> <li>• Realizacija</li> </ul>					
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva EU fondova/programa</li> <li>• Spomenička renta</li> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Sredstva proračuna Zadarske županije</li> </ul>					
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <tr> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-25.</td> </tr> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.		

Fotografije: <http://www.pag.hr>

## Program 20: Turistifikacija lokaliteta Ornitološki rezervat Malo i Velo blato



<b>Područje</b>	Razvoj inovativne i kreativne ponude turističkih usluga
<b>Cilj</b>	Unapređenje destinacijske ponude razvojem novih turističkih doživljaja u sferi prirodnih 'marker' atrakcija
<b>Prioritet</b>	III – Važan program
<b>Opis</b>	Velik broj ptičjih vrsta (zabilježeno 168 vrsta, <a href="http://natura-jadera.com">http://natura-jadera.com</a> ) i uključenost lokaliteta u Europsku ekološku mrežu čine područje ornitolškog rezervata privlačnim ljubiteljima prirode, a posebno promatračima ptica. Na području rezervata postoji i jedna promatračnica, no ekološki i održivo podizanje prihvatnog kapaciteta područja podrazumijeva kreiranje tematskog itinerera (ruta ptica) koji ne bi bio prikladan samo pasioniranim promatračima, već i prosječnim turistima zainteresiranim za promatranje/boravak u prirodi. Podizanje razine turistifikacije rezervata podrazumijeva i postavljanje dodatnih, suvremeno i kreativno osmišljenih, interpretacijskih sadržaja te izdavanje kataloga ptičjih vrsta (uključujući i njegovu elektronsku inačicu) dok se rubni/prilazni dijelovi rezervata opremaju sadržajima prilagođenim potrebama turista (parkirališta, sanitarije, odlagališta otpada, pokretni ugostiteljski/trgovački objekt, igrališta za djecu, klupe i slično). Programom se potiče i povezivanje ruralnog prostora u okruženju, posebice u segmentu tradicije života i rada lokalnog stanovništva te gastronomije, u zaokruženu turističku ponudu koja omogućava višesatni zanimljiv, zabavan i edukativan boravak.
<b>Nositelj</b>	Grad Pag u suradnji s Javnom ustanovom za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Zadarske županije, Natura Jadera te Općinom Poveljana

<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TZ Pag</li> <li>• TZ Poveljana</li> <li>• Privatni poduzetnici, vlasnici OPG-ova</li> <li>• Udruge promatrača ptica</li> </ul>					
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izrada i usklađivanje integralnog programa upravljanja i turističkog korištenja Ornitolškog rezervata Malo i Velo blato</li> <li>• Razrada i uspostavljanje tematskih itinerera (staze, promatračnice i sl.) prilagođenih različitim interesnim skupinama posjetitelja</li> <li>• Uspostavljanje suvremeno oblikovanih informativnih, komunikacijskih i interpretacijskih sadržaja te stručnog vodstva</li> <li>• Opremanje rubnih/prilaznih područja sadržajima namijenjenim posjetiteljima (parkirališta, sanitarije, trgovački/ugostiteljski sadržaji, odmorišta i igrališta)</li> <li>• Programi internog marketinga usmjereni na upoznavanje lokalne zajednice s prirodnim vrijednostima rezervata te mogućnostima uključivanja u razvoj turističke ponude (povezivanje s drugim programima poticanja razvoja turizma na područja Grada Paga)</li> </ul>					
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proračun Grada Paga (proračun Općine Poveljana)</li> <li>• TZ Grada Paga (TZ Općine Poveljana)</li> <li>• Programi Ministarstva zaštite okoliša i prirode</li> <li>• Programi Ministarstva turizma</li> <li>• Sredstva EU fondova/programa</li> <li>• Privatni poduzetnici/sponzori</li> <li>• Sredstva LAG-a Mentorides</li> </ul>					
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <tr> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-25.</td> </tr> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.		

## Program 21: Turistifikacija lokaliteta Dubrava-Hanzine



<b>Područje</b>	Razvoj inovativne i kreativne ponude turističkih usluga
<b>Cilj</b>	Unapređenje destinacijske ponude razvojem novih turističkih doživljaja sporta i rekreacije i boravka u prirodi
<b>Prioritet</b>	II – Program visoke važnosti
<b>Opis</b>	Lokalitet Dubrava-Hanzine obuhvaća područje značajnog krajobraza na jugozapadnoj obali Paškog zaljeva omeđenog morem i kamenjarom najvišeg otočnog vrha Sv. Vid. Na području značajnog krajobraza nalazi se i izvorna zajednica hrasta medunca zaštićena kao poseban rezervat šumske vegetacije. Pejzažnu specifičnost područja čini i niz slikovitih 'kukova' i 'greda' koji se na istočnim obroncima spuštaju prema moru ( <a href="http://natura-jadera.com">http://natura-jadera.com</a> ). Unatoč obilježjima i značajnosti lokacije, njezine edukacijsko-rekreacijske vrijednosti danas tek su djelomično iskorištene. Uz daljnji razvoj sadržaja i usluga koji podržavaju turističke doživljaje sporta i rekreacije za različite interesne i dobne skupine (hodanje, planinarenje, penjanje, adrenalinski sportovi) koji, osim trasiranja, markacije i opremanja putova/smjerova različitih težina te određivanja lokacija za adrenalinske sportove, uključuju i pružanje stručnog vođenja te škola, ali i natjecanja u sportskom penjanju, program obuhvaća usmjerene na podizanje razine dostupnosti lokacije (promet u mirovanju i kretanju) te prihvata posjetitelja (odmorišta i vidikovci, pokretne sanitarije, ugoditeljski objekti, odlagališta otpada, spremišta i sl.). Nadalje, prepoznajući lokacijske i tržišne specifičnosti (primjerice šumska vegetacija i brojne druge biljne vrste, populacija mlađe/avanturističke turističke potražnje u okruženju) programom se sagledava mogućnost/opravanost uspostavljanja dviju specifičnih atrakcija (na području lokaliteta Dubrava-Hanzine ili njegovim

	rubnim dijelovima), i to: botaničkog vrta (primjerice naglasak na biljne vrste otporne na vjetar i posolicu) te adrenalinskog parka s odgovarajućim pratećim sadržajima (primjerice sustav interpretacije, ugostiteljstvo/trgovina, sanitarije, garderobe/ostave, parkirališta i sl.). Programom se potiče i integracija ponude na lokalitetu Dubrava-Hanzine s ponudom ruralnog turizma okruženju, posebice u segmentu tradicije života i rada lokalnog stanovništva te gastronomije.					
<b>Nositelj</b>	Grad Pag u suradnji s Javnom ustanovom za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Zadarske županije, Natura Jadera					
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TZ Pag</li> <li>• Ekološke udruge</li> <li>• Planinarske udruge</li> <li>• LAG-a Mentorides</li> <li>• Privatni poduzetnici</li> </ul>					
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trasiranje, markacija i opremanje putova/smjerova hodanja, planinarenja i penjanja različitih težina, određivanje lokacija adrenalinskih sportova, uspostavljanje usluga vođenja i škola</li> <li>• Procjena mogućnosti i organizacija natjecanja u sportskom penjanju (nacionalni karakter)</li> <li>• Aktivnosti uređenje i turistifikacija lokacije</li> <li>• Ocjena mogućnosti i opravdanosti uspostavljanja botaničkog vrta (poslovni model, lokacija, sadržaji, financiranje i sl.)</li> <li>• Ocjena mogućnosti i opravdanosti uspostavljanja adrenalinskog parka (poslovni model, lokacija, pozicioniranje/sadržaji i sl.)</li> <li>• Programi internog marketinga (uključivanje lokalne u razvoj turističke ponude te povezivanje s drugim programima poticanja razvoja turizma na područja Grada Paga)</li> </ul>					
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proračun Grada Paga</li> <li>• TZ Grada Paga</li> <li>• Programi Ministarstva zaštite okoliša i prirode</li> <li>• Programi Ministarstva turizma</li> <li>• Zadarska županija</li> <li>• Sredstva EU fondova/programa</li> <li>• Privatni poduzetnici/sponzori</li> </ul>					
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <tr> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-25.</td> </tr> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.		

Fotografije: <http://natura-jadera.com>

## Program 22: Turističko posredovanje



<b>Područje</b>	Razvoj inovativne i kreativne ponude turističkih usluga
<b>Cilj</b>	Podizanje razine tržišne prezentacije i komercijalizacije destinacijskih proizvoda i usluga
<b>Prioritet</b>	II – Program visoke važnosti
<b>Opis</b>	<p>Proaktivna prodaja i kreiranje te komercijalizacija složenih turističkih proizvoda faktor su uspješnog povezivanja ponude i potražnje u stvaranju tržišno održivog destinacijskog lanca vrijednosti. U tom procesu turistički posrednici imaju nezaobilaznu ulogu bez obzira na razvoj suvremenih informacijsko-komunikacijskih tehnologija i mijenjanje oblika odnosa s potrošačima.</p> <p>Unatoč prosječno ocijenjenoj prisutnosti 'incoming' posrednika u Gradu, dominantno posvećenih prodaji usluga obiteljskog smještaja, moguće je ustvrditi da posrednička uloga lokalnih turističkih agencija u plasiranju složenih turističkih proizvoda u sferi sporta i rekreacije i kulture, posebice izvan sezone, nije dovoljno razvijena. Nameće se stoga potreba podržavanja vertikalne integracije individualnih ponuđača u formiranju kompleksnih i sadržajno zaokruženih turističkih proizvoda. Budući da se radi o poduzetničkoj aktivnosti, ključna uloga u tom procesu trebala bi pripadati turističkim posrednicima kao destinacijskim menadžment kompanijama, pri čemu potreba njihovog što izravnijeg pristupa ciljanim segmentima potražnje odnosno partnerima/posrednicima nameće tržišno profiliranje.</p>

U uvjetima još relativno nedovoljne proizvodne profiliranosti turističke ponude te niske razine izvansezonske potražnje posredničku ulogu turističkih agencija u kreiranju složenih turističkih proizvoda te turističkih izleta potrebno je poticati različitim financijskim i nefinancijskim mjerama povezanim uz ostvarenje željenih aktivnosti (složene turističke proizvode, ali i jednostavnije usluge kao što su izleti trebalo bi strukturirati sukladno očekivanjima ciljnih skupina potražnje te tržišnoj spremnosti pojedinih atrakcija).

<b>Nositelj</b>	TZ grada Paga				
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grad Pag</li> <li>• Udruženje obrtnika Grad Pag - Sekcija ugostitelja i turističkih djelatnika</li> <li>• Turistički posrednici s područja Grada Paga</li> <li>• Poduzetnici u turističkim djelatnostima</li> </ul>				
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj modela poticanja: definiranje prioriteta proizvoda/usluga, usklađivanje modela suradnje zainteresiranih subjekata</li> <li>• Osiguranje stimulativnog sustava poticanja postojećih/novih turističkih posrednika: <ul style="list-style-type: none"> <li>• sufinanciranje marketinga i promidžbe (npr. direktni marketing, promotivni materijali, unapređenje web-portala i sl.)</li> <li>• sustav bonusa, ovisno o realizaciji plana dovođenja ciljnih potrošačkih segmenata</li> </ul> </li> </ul>				
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> </ul>				
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.

Fotografije: <http://cf.cdn.unwto.org>, <http://www.uhpa.hr>

## Program 23: Vizualni identitet Grada Paga



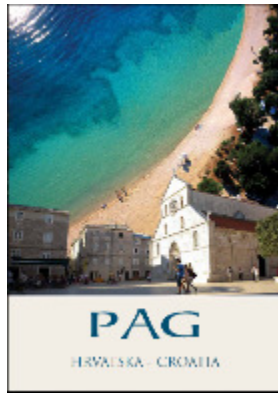
<b>Područje</b>	Turistička promocija
<b>Cilj</b>	Jačanje turističke prepoznatljivosti i imidža Grada Paga
<b>Prioritet</b>	I – Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	Program podrazumijeva izradu turističkog znaka i slogana Grada Paga kao ključnih elemenata destinacijskog vizualnog identiteta. Znak i slogan moraju odražavati postavljeni brend koncept Grada, odnosno komunicirati Pag kao 'mjesto kontrasta ... snažnog dojma ... mjesto dinamike', pri čemu se ornamentika čipke može smatrati najjačim i ujedinjavajućim simbolom koji se asocijativno prenosi i na druga karakteristična obilježja Grada (vidjeti Točku 6.1.). Znak i slogan moraju se konzistentno koristiti u svim oblicima turističke promocije. Štoviše, programom se potiču i osmišljavaju mogućnosti <i>co-brandinga</i> i s drugim izvoznim proizvodima Grada, kao što su sol, sir i janjetina.
<b>Nositelj</b>	TZ Grada Paga
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo turizma RH, Hrvatska turistička zajednica</li> <li>• Grad Pag</li> </ul>
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izrada projektnog zadatka za turistički vizualni identitet</li> <li>• Priprema i provođenje natječaja za izradu turističkog vizualnog identiteta</li> <li>• Primjena novog vizualnog identiteta u aktivnostima TZ-a</li> <li>• Stavljanje vizualnog identiteta na raspolaganje lokalnim dionicima u turizmu</li> <li>• Izvođenje <i>co-branding</i> aktivnosti s ostalim dionicima</li> </ul>

<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> </ul>				
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.

Fotografije: <http://www.tzgpag.hr>, <http://croatia.hr>



## Program 24: Turistički tiskani promocijski materijali



<b>Područje</b>	Turistička promocija
<b>Cilj</b>	Jačanje turističke prepoznatljivosti i imidža Grada Paga
<b>Prioritet</b>	I – Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	<p>Program obuhvaća izradu osnovnih tiskanih promo materijala:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Imidž brošura – u skladu s postavljenim brend konceptom prenosi imidž Grada kao 'jedinственог mjesta kontrasta ... snažnog dojma, čak i drame ... mjesta dinamike' kroz 'priče' o čipki, kamenu i vjetru, moru i soli, renesansnom gradu i gastronomiji istovremeno opisujući turistička iskustva (Vidjeti Točke 6.1. i 6.2.). Sadrži dojmljive fotografije i kraće tekstove.</li> <li>– Turistička karta u formi 'bloka na trganje' – karta užeg naselja Paga s naznačenim glavnim atrakcijama. Na poledini osnovne turističke informacije (npr. ugostiteljski objekti, atrakcije, TZ).</li> <li>– Karta staza i plaža u formi 'bloka na trganje' – na jednoj strani karta Grada/otoka s trasama pješačkih i biciklističkih staza, a na drugoj s plažama. Uz svaku osnovne turističke informacije.</li> </ul>
<b>Nositelj</b>	TZ Grada Paga
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo turizma RH, Hrvatska turistička zajednica</li> <li>• Grad Pag</li> </ul>
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formiranje projektnog tima za izradu promo materijala</li> <li>• Priprema promotivnih materijala</li> <li>• Tisak promotivnih materijala</li> </ul>

<b>Izvori financiranja</b>					
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.
Fotografije: <a href="http://www.tzgpag.hr/hr/">http://www.tzgpag.hr/hr/</a> , <a href="http://business.croatia.hr/">http://business.croatia.hr/</a>					



## Program 25: Web stranice TZ Grada Paga

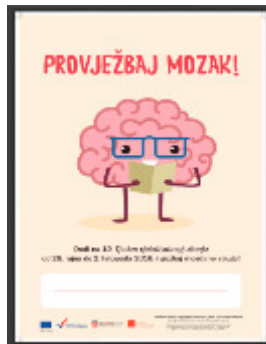


<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formiranje projektnog tima za re-dizajn web stranica</li> <li>• Izrada unaprjeđene web arhitekture stranica</li> <li>• Punjenje sadržaja stranica</li> </ul>					
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna TZ Grada Paga</li> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> </ul>					
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <tr> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-25.</td> </tr> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.		

Fotografije: <http://www.tzgpag.hr/hr/>, <http://www.e-unwto.org>

<b>Područje</b>	Turistička promocija
<b>Cilj</b>	Jačanje turističke prepoznatljivosti i imidža Grada Paga
<b>Prioritet</b>	I – Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	<p>Unaprjeđenje postojećih web stranica TZ Grada Paga uključuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Promjenu imena domene u <a href="http://www.visitpag.hr">www.visitpag.hr</a> (ili .com). 'Visit' imena destinacijskih domena uobičajena su i lako pamtljiva.</li> <li>– Organizaciju sadržaja stranica u tri portala (s istim ulazom): za turiste, za medije (Press), za internu javnost (Intranet).</li> <li>– Organizaciju sadržaja portala za turiste kako bi pokrivala sve faze u ciklusu putovanja te web arhitekturu treba graditi oko nekoliko glavnih cjelina: o destinaciji, kako doći, gdje odsjesti, što raditi, posebnosti, korisne informacije i preporuke. Izbornici se nude na jednom mjestu. Sadržaj treba biti informativan i prilagođen potrebama gostiju, ističući 'Top atrakcije', 'Pag s djecom', 'Po kiši ili buri', 'Gdje kupiti' i sl.</li> <li>– Organizacija sadržaja Press portala: slike i video, novosti, 'press mapa' (npr. informacije o Pagu, ideje za reportaže).</li> </ul> <p>U izradi stranica posebnu pažnju treba posvetiti dizajnu, interaktivnosti sadržaja i ponudi aplikacija za mobilne uređaje.</p>
<b>Nositelj</b>	TZ Grada Paga
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo turizma RH, Hrvatska turistička zajednica</li> <li>• Grad Pag</li> </ul>

## Program 26: Sustav cjeloživotnog obrazovanja



<b>Područje</b>	Podizanje razine kvalitete ljudskih potencijala
<b>Cilj</b>	Podizanje razine znanja i vještina zaposlenih u djelatnostima javnog i privatnog sektora izravno ili neizravno vezanim uz turizam
<b>Prioritet</b>	II – Program visoke važnosti
<b>Opis</b>	Raspoloživost radne snage, raspoloživost menadžment kadra kao i osposobljenost zaposlenih u turizmu Grada Paga ocijenjena je ispodprosječnom odnosno nezadovoljavajućom (poglavlje Analiza Tržišta – Konkurentska pozicija). Prepoznate značajne slabosti vezane uz ljudski potencijal (nedovoljno ulaganje u razvoj i kvalitetu kadrova, starosna struktura uključenih u pružanje usluga obiteljskog smještaja, nedovoljna kadrovska popunjenost institucija odgovornih za razvoj turističkih proizvoda te uspostavljanje jedinstvenog sustava doživljaja destinacije) u suprotnosti su s realnim potrebama turističkog sektora čija konkurentska sposobnost presudno ovisi o obrazovanju, stručnosti i kvaliteti odnosno ljubaznosti i gostoprimstvu zaposlenih. Unapređenje konkurentske sposobnosti turizma Grada Paga stoga u značajnoj mjeri ovisi o procesu jačanja ljudskih potencijala privatnog i javnog sektora uključenog u turizam. To podrazumijeva uspostavljanje sustava cjeloživotnog obrazovanja postojećih i potencijalnih poduzetnika i njihovih zaposlenika kao i djelatnika javnog sektora izravno ili neizravno uključenih u turističku aktivnosti, odnosno uspostavljanja modularnih i kreativnih programa stručnog osposobljavanja:

- Zaposlenika na operativnim razinama u ugostiteljstvu i pružatelja usluga obiteljskog smještaja (prema pojedinim vrstama usluga/odjela odnosno pozicioniranju pojedinih objekata)
- Poljoprivrednika/pružatelja usluga ruralnog turizma (prema svim elementima lanca vrijednosti ruralnog turizma)
- Djelatnika u javnom sektoru prije svega u sferi podrške investitorima i poduzetnicima te podizanja apsorpcijske sposobnosti korištenja EU sredstava
- Djelatnika turističke zajednice i tvrtki u sferi turističkog posredovanja te djelatnika u javnim kulturnim, komunalnim, obrazovnim institucijama (destinacijski menadžment, turistički trendovi i destinacijski lanac vrijednosti, interpretacija, suvremene marketinške tehnike i sl.).

<b>Nositelj</b>	Grad Pag										
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica grada Paga</li> <li>• Lokalni poduzetnici i zaposleni u javnim i privatnim turističkim djelatnostima Grada</li> <li>• Centar za kulturu i informacije Pag</li> <li>• Srednja škola Bartula Kašića Pag</li> </ul>										
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj modela realizacije programa cjeloživotnog učenja uključujući i organizaciju/nadležnost</li> <li>• Definiranje ključnih područja i programa cjeloživotnog učenja</li> <li>• Realizacija programa</li> </ul>										
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Sredstva Turističke zajednice Grada Paga</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>• EU operativni programi za konkurentnost, ruralni razvoj i učinkovite ljudske potencijale</li> <li>• EU programi teritorijalne suradnje</li> </ul>										
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> <th>2021.-25.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.					
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.							

Fotografije: <http://www.strukturnifondovi.hr/>, <http://www.cjelozivotno-ucenje.hr>

## Program 27: Interni marketing



<b>Područje</b>	Turistička promocija
<b>Cilj</b>	Informiranje lokalnih dionika o mogućnostima i željenom smjeru razvoja turizma u Gradu Pagu
<b>Prioritet</b>	I – Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	<p>Interni marketing podrazumijeva niz aktivnosti usmjerenih prema lokalnoj zajednici kako bi se dionike informiralo i educiralo o mogućnostima i željenom smjeru razvoja turizma u Gradu i na otoku Pagu. Aktivnosti uključuju:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Intranet web stranice – odvojeni portal na web stranicama TZ Grada za lokalne dionike s aktualnim informacijama (npr. zakonska regulativa, promo aktivnosti, poslovni adresar i sl.).</li> <li>– Tematske info-edukativne radionice – uz informiranje različitih grupa dionika o ovom Strateškom planu razvoja turizma, uključuju program stručnih i praktičnih tema. Nastoji se osigurati prenošenje znanja unutar struke ('kolega kolegi').</li> <li>– Studijska putovanja – organizira se barem jednom godišnje, posvećeno relevantnoj temi i/ili destinaciji 'dobre prakse' uz razgovore s tamošnjim dionicima.</li> </ul> <p>Aktivnosti internog marketinga provode se kontinuirano, a program je sadržajno pokriva niz drugih programa poticanja turističkog razvoja Grada posebice u sferi unapređenja kvalitete i povećanje obujma ugostiteljske ponude te razvoja inovativne i kreativne ponude turističkih usluga.</p>
<b>Nositelj</b>	TZ Grada Paga
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo turizma RH, Hrvatska turistička zajednica</li> <li>• Grad Pag</li> </ul>
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izrada koncepta i realizacija intranet web stranica</li> <li>• Izrada koncepta i dvogodišnjeg plana tematskih radionica</li> </ul>

<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izrada koncepta i trogodišnjeg plana studijskih putovanja</li> <li>• Sredstva proračuna TZ Grada Paga</li> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> </ul>				
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.

Fotografije: <http://www.pag.hr>, <http://phmsa.dot.gov/>

## Program 28: Okolišno odgovorno ponašanje



<b>Područje</b>	Javna turistička infrastruktura
<b>Cilj</b>	Razvoj svijesti o očuvanju okoliša kod lokalnog stanovništva i turista
<b>Prioritet</b>	III – Važan program
<b>Opis</b>	<p>Program podrazumijeva uvođenje i internu promociju programa održivosti odnosno okolišno odgovornog ponašanja na području Grada Paga, i to posebno u sferi destinacijske infrastrukture (npr. upravljanje otpadom, otpadnim vodama, energijom, prometom), 'zelenih' aktivnosti (npr. arhitektura, ponuda smještaja, rekreacijski projekti, proizvodnja hrane i sl.) kao i eko označavanje. Program uključuje i sektorski povezane aktivnosti edukacije zaposlenih u turizmu, privatnih iznajmljivača, vlasnika kuća i stanova za odmor te lokalnog stanovništva, vezane uz učinkovito gospodarenje otpadom kroz "reuse, reduce, recycle" koncept.</p> <p>U cilju podizanja vjerodostojnosti i prepoznatljivosti okolišno odgovornog programa uspostavljaju aktivnosti podizanja svijesti dionika razvoja turizma o značajkama, važnosti i koristima eko certificiranja, poželjno u okviru jednog, međunarodno relevantnog sustava (primjerice <i>EU Ecolabel for Business</i>).</p> <p>Dodatno se, u cilju osiguranja preduvjeta za održivo upravljanje turističkim razvojem destinacije na razini Turističke zajednice Grada Paga i Grada Paga uspostavlja sustav praćenja pokazatelja turističke aktivnosti usklađen i harmoniziran s Europskim sustavom pokazatelja turizma (<i>The European Tourism Indicator System</i>).</p>
<b>Nositelj</b>	Grad Pag
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokalna zajednica i udruge građana</li> <li>• Turistički subjekti</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunalno društvo Pag</li> <li>• Ministarstvo zaštite okoliša i prirode</li> <li>• Ministarstvo turizma</li> <li>• UNDP Hrvatska</li> <li>• Mediji</li> </ul>					
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizacija programa podizanja svijesti dionika razvoja turizma o značajkama, važnosti i koristima EU programa eko certifikata ('ecolabel') kao što je <i>EU Flower</i> te programom pokazatelja za turizam (Europski sustavom pokazatelja za turizam, ETIS)</li> <li>• Definiranje mjera/aktivnosti uključivanja institucija javnog sektora i gospodarskih subjekata u relevantan eko certifikatorski sustav (interni marketing, financijsko i nefinancijsko poticanje i sl.)</li> <li>• Uspostavljanje sustava pokazatelja za turizam za Grad Pag (prilagodba i harmonizacija ETIS sustava pokazatelja)</li> </ul>					
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga</li> <li>• Turistička zajednica Grada Paga</li> <li>• Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>• Sredstva EU fondova/programa</li> <li>• Sredstva agencije za energetska učinkovitost</li> </ul>					
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <tr> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-25.</td> </tr> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.		

Fotografije: <http://www.omh.hr>, [ec.europa.eu](http://ec.europa.eu)

## Program 29: Aktiviranje zapuštenih hotelskih objekata



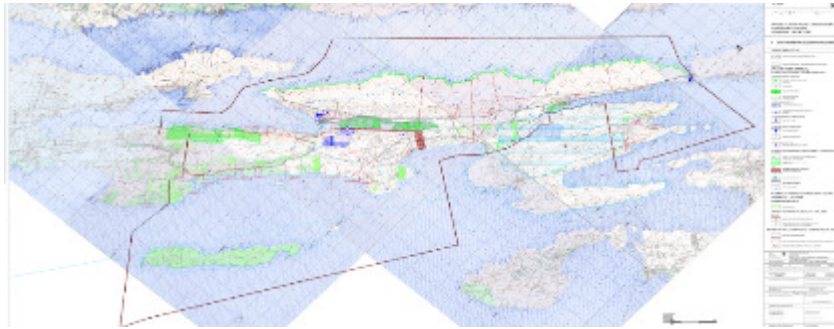
<b>Područje</b>	Priprema i razvoj investicijskih projekata
<b>Cilj</b>	Uređenje naselja i aktiviranje neiskorištenog razvojnog potencijala
<b>Prioritet</b>	I – Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	<p>Ostaci hotela Bellevue već niz godina narušavaju kvalitetu života lokalnog stanovništva Grada Paga te identitet i imidž Paga kao turističke destinacije. Njegovo uređenje i gospodarsko aktiviranje stoga predstavlja jedan od razvojnih prioriteta. Posljednjih nekoliko godina vlasnici i investitori prezentirali su nekoliko razvojnih rješenja koji nisu uspijevali dobiti podršku nadležnih tijela regionalne i lokalne samouprave.</p> <p>U uvjetima visokih rentnih troškova za cijelu lokalnu zajednicu zbog narušene ambijentalnosti i neuređenosti prostora u samom središtu naselja, a u cilju ubrzavanja procesa uređenja lokacije zapuštenog objekta hotela Bellevue sagledava se opravdanost i mogućnost:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Podizanja komunalne naknade na razinu koja bi potaknula sklonost vlasnika da ubrza proces njezinog uređenja. Naime, sukladno Zakonu o komunalnom gospodarstvu, komunalnu naknadu, kao prihod proračuna jedinice lokalne samouprave, plaćaju vlasnici, odnosno korisnici i neizgrađenog građevinskog zemljišta koje uključuje i zemljište na kojemu se nalaze ostaci nekadašnje građevine, i/ili</li> <li>• Pružanje tehničke i savjetodavne pomoći vlasniku da pristupi osmišljavanju koncepta najboljeg korištenja lokacije koji bi pružio i osnovicu za profitabilno poslovanje i bio usuglašen s prostorno planskim dokumentima Grada (primjerice, tržišno</li> </ul>

	pozicioniranje objekta moguće je vezati uz razvoj destinacijskog zdravstveno-turističkog proizvoda) .				
<b>Nositelj</b>	Grad Pag				
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Upravni odjel za provedbu dokumenata prostornog uređenja i gradnje Zadarske županije</li> <li>• Upravni odjel za prostorno uređenje, zaštitu okoliša i komunalne poslove Zadarske županije</li> <li>• Vlasnik objekta</li> <li>• Lokalno stanovništvo i civilno društvo Grada Paga</li> </ul>				
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procjena mogućnosti i društvene opravdanosti uvođenja 'poticajne' komunalne naknade za specifičnu zonu zapuštenog hotela Bellevue te, eventualno, utvrđivanje njezine visine i provedba prijedloga</li> <li>• Osiguranje tehničke pomoći vlasniku/investitoru u izradi održivog koncepta razvoja lokacije zapuštenog hotela Bellevue</li> </ul>				
<b>Izvori financiranja</b>	• Sredstva proračuna Grada Paga vezana uz aktivnosti službi Grada				
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.

Fotografije: <http://www.zadarskilist.hr>, <http://pag-info.com>



## Program 30: Razrada detaljnijih planova za najvažnije turističke zone



<b>Područje</b>	Priprema i razvoj investicijskih projekata
<b>Cilj</b>	Poticanje prostorno, ekološki, društveno i ekonomski održivih investicija na području neizgrađenih turističkih zona
<b>Prioritet</b>	I – Program izuzetne važnosti
<b>Opis</b>	Planom prostornog uređenja Grada Paga utvrđene su 22 zone ugostiteljsko turističke namjene izvan građevinskog područja kapaciteta od kojih je samo jedna postojeća, a sve ostale planirane. Ukupna površina 21 planirane zone je 340 ha, a kapacitet 17.000 ležajeva. Sve zone su T2 i/ili T3 vrste. Uz pretpostavljeno zadovoljavanje svih ekoloških uvjeta, opravdanost ukupno planiranog kapaciteta, ali i vrste planiranih zona upitna je iz perspektive faktora koji određuju društvenu i ekonomsku održivost. Uz probleme povezane s demografskim, socijalnim, infrastrukturnim i gospodarskim učincima intenzivnijeg priliva radne snage na otok, poseban problem vezan je i uz vrstu planiranih zona. Naime, razvojni fokus nedovoljno je usmjeren na razvoj hotelskih kapaciteta, posebice onih više kategorije, kao sredstva povećanja pozitivnih ekonomskih učinaka turizma te smanjenja sezonalnosti potražnje (uz potencijalnu mogućnost da se ovaj izuzetno vrijedan razvojni resurs usmjeri prema nekretninskom, a ne turističkom poslovanju). Kako bi se izbjeglo dugoročno suboptimalno korištenje izuzetno kvalitetnog prostora kojeg pokrivaju planirane turističke zone, a posebice u kontekstu odredbi Zakona o prostornom uređenju (NN 153/13), program je usmjeren na

	inventarizaciju prostornog razvojnog potencijala Grada kako bi se definirali razvojni prioriteti te utvrdio poželjan razvojni koncept svake zone odnosno prepoznale turističke zone s potencijalom za privlačenje razvojnog kapitala.					
<b>Nositelj</b>	Grad Pag					
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Upravni odjel za provedbu dokumenata prostornog uređenja i gradnje Zadarske županije</li> <li>• Upravni odjel za prostorno uređenje, zaštitu okoliša i komunalne poslove Zadarske županije</li> <li>• Vlasnici terena/parcela na području zona</li> <li>• Lokalno stanovništvo i civilno društvo</li> <li>• Potencijalni poduzetnici</li> </ul>					
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procjena turističkog prihvatnog kapaciteta Grada Paga</li> <li>• Valorizacija razvojnog potencijala planiranih turističkih zona sukladno uspostavljenim razvojnim načelima i kriterijima održivog razvoja (turizma) Grada Paga</li> <li>• Definiranje i procjena održivosti razvojnih koncepata za prioritetne turističke razvojne zone</li> <li>• Izrada liste prioriternih turističkih razvojnih zona za predstavljanje potencijalnim investitorima</li> <li>• Izmjene i dopune prostorno planske dokumentacije sukladno utvrđenom razvojnom potencijalu, uključujući i izradu urbanističkih planova uređenja pojedinih zona</li> </ul>					
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva proračuna Grada Paga, uključujući i sredstva za aktivnosti službi Grada</li> <li>• Sredstva vlasnika terena/parcela i poduzetnika</li> </ul>					
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <tr> <td>2017.</td> <td>2018.</td> <td>2019.</td> <td>2020.</td> <td>2021.-25.</td> </tr> </table>	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.
2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-25.		

Fotografija: <http://www.pag.hr>